



Fachbereich Kommunikation und Medien  
Bereich Journalistik/Medienmanagement

**Bachelorarbeit**

## **RT Deutsch: Zwischen Propaganda und alternativen Medium**

***Eine Einordnung anhand der Sendung 451 Grad***

vorgelegt von: Stefanie Schreckenbach

Matrikel-Nr. 20142553

vorgelegt am: ..... (Abgabetermin)

Erstprüfer: Berthold Petzinna

Zweitprüfer: Christoph Wochnik

Es bedarf des rechten Gespürs dafür, daß alles, was man wahrnimmt, nur deshalb evident ist, weil es in einem vertrauten und kaum erkannten Horizont liegt; daß jede Gewißheit nur deshalb sicher ist, weil sie sich auf einen nie untersuchten Boden stützt.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Foucault, Michel (1984): Von der Freundschaft als Lebensweise. Michel Foucault im Gespräch. Übers. von Marianne Karbe und Walter Seitter. Berlin: Merve, S. 130f.

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Definition von Propaganda.....	5
2.1 Historische Entwicklung der Begriffsbedeutung.....	6
2.2 Propaganda in der Forschung.....	7
2.3 Wirkung von Propaganda.....	10
2.4 Merkmale der Propaganda nach Bussemer.....	13
2.5 Abgrenzung PR.....	15
2.6 Propaganda als außenpolitisches Instrument.....	16
3. Das Mediennetzwerk RT International.....	18
3.2 RT als außenpolitisches Instrument.....	22
3.3 <i>RT Deutsch</i> .....	24
4. Analyse am Beispiel der Sendung <i>451 Grad</i> .....	27
4.1 Selbstverständnis.....	27
4.2 Inhalte.....	32
4.3 Beispiele der Aufbereitung.....	36
4.3.1 NATO.....	36
4.3.2 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk.....	37
4.3.3 Die USA.....	44
4.3.4 Das Russlandbild in den Medien.....	46
4.4 Zielgruppe.....	51
4.4.1 Überschneidung mit der sogenannten <i>Querfront</i> .....	56
4.5 Die Gegenöffentlichkeit.....	58
4.6 Zusammenfassung.....	60
5. Exkurs: <i>Deutsche Welle</i> .....	62
6. Fazit.....	67
Abbildungsverzeichnis.....	71
Literaturverzeichnis.....	72
Anlage 1 Sendungsübersicht.....	80
Anlage 2 Themencluster.....	87
Anlage 3 Erklärung.....	88

# 1. Einleitung

„Das hat uns gerade noch gefehlt - Der staatliche, russische Propaganda-Kanal RT ist seit Kurzem mit einem deutschen Angebot auf dem Markt,“<sup>2</sup> titelte *Die Zeit* im November 2014 auf ihrer Homepage. „Für ‚Kreml-TV‘ sind sie bei ‚RT Deutsch‘ zuständig“, urteilte Michael Handfeld bei FAZ.net am 18.11.2014.<sup>3</sup> Die Zapp-Redaktion sendete zum Start der deutschsprachigen Ausgabe von RT (vormals Russia Today) gar ein ganzes Kamerateam zu den neuen Redaktionsgebäuden des Senders in Berlin<sup>4</sup>. Im Tagesspiegel wurde *RT Deutsch* nichts weniger als das Ziel unterstellt, die deutsche Gesellschaft durch ihre Propaganda zu spalten.<sup>5</sup> Für die etablierten Medien war schon zum Sendestart ausgemacht, dass *RT Deutsch* über seine Online-Plattform und YouTube-Kanäle die Putin'sche Propaganda nach Deutschland tragen würde.

Inwiefern ist diese Aufregung berechtigt? Ist *RT Deutsch* nichts anderes als der verlängerte Arm der politischen Agenda des Kremls ins Ausland? Im Rahmen dieser Bachelorarbeit soll untersucht werden, ob der Propaganda-Vorwurf an *RT Deutsch* berechtigt ist und anhand des wöchentlich erscheinenden, von RT produzierten Wochenmagazins *451 Grad* eine Analyse der Themensetzung, inhaltlichen und visuellen Aufbereitung des Mediums erfolgen.

Um sich der Fragestellung, ob es sich bei RT um ein propagandistisches Medium handelt, anzunähern, ist es notwendig den Begriff der ‚Propaganda‘ zuerst zu definieren. Die Bedeutung von Propaganda und ihre Definition sind sehr komplex. Deswegen wird ein kurzer Überblick über die Konnotationsveränderung des Begriffs im Laufe der Geschichte gegeben und die wissenschaftliche Begriffsdefinitionen seit den 1930er Jahren zusammengefasst, um ein besseres Verständnis der Propaganda zu gewinnen und Merkmale herauszuarbeiten, die sich aus verschiedenen Forschungszweigen konsolidiert haben. Zudem wird Propaganda als außenpolitisches Instrument definiert und RT in diesen Kontext eingeordnet. Gleichzeitig werden die Probleme der Begriffsdefinition verdeutlicht.

Für die Entwicklung eines besseren Verständnis für den Nachrichtenkanal *RT Deutsch* wird zuerst auf die Strukturen des Mediennetzwerks RT International sowie dessen strategische Ausrichtung in der russischen Außenpolitik eingegangen. Daran schließt sich eine Erläuterung des Selbstverständnisses von *RT Deutsch* und der Einordnung in der deutschen Medienlandschaft an. Mit einer qualitativen Untersuchung der *RT Deutsch*-Sendung *451 Grad* wird ihre strategische und inhaltliche Ausrichtung analysiert und auf propagandistische Merkmale untersucht.

Für eine Einordnung der vorangegangenen Themen wird in einem Exkurs die *Deutsche Welle*, der Auslandssender der Bundesrepublik Deutschland, vorgestellt. Ein Vergleich zwischen RT und DW wäre eine

2 Luther 2014

3 Handfeld 2014

4 Duwe et al. 2014

5 Niewendick 2016

zukünftige Gelegenheit für eine Masterarbeit. Dennoch lohnt es sich zur Einordnung von RT durchaus auf die Arbeitsweise, Ziele und das Selbstverständnis der DW einzugehen und diese kurz vorzustellen.

Schließlich werden die Untersuchungsergebnisse im Fazit zusammengefasst und geprüft, inwiefern der Vorwurf der Propaganda an RT berechtigt ist.

## 2. Definition von Propaganda

Der Begriff ‚Propaganda‘ beinhaltet das Potenzial missverstanden zu werden. Eine negative Konnotation, die oft beim Gebrauch des Wortes mitschwingt und eine auch dank der durch die NS-Zeit ideologisch aufgeladene Bedeutung machen eine Definition schwierig und stellen eine Herausforderung dar. Schon der Kommunikationswissenschaftler Neil Postman wusste, dass die Definition der Propaganda keine leichtes Unterfangen ist: *„Propaganda can bring the best of us down.“*<sup>6</sup> Betrachtet man die Medienstrategie der Nationalsozialist\*innen ist ihre Einordnung als Propaganda zur Kriegsmobilisierung des eigenen Volkes unbestritten und sozusagen das Paradebeispiel, für die negativen Auswirkungen von Propaganda. Wenn es aber um die Frage, der Verbreitung eigener (demokratischer) Werte durch Fernsehen, Radio und Internet im Ausland geht, ist die Zuordnung nicht mehr so eindeutig und oft von der Unterscheidung zwischen den „guten“ demokratischen Werten und den „bösen“ propagandistischen Inhalten betroffen. Zudem fällt es schwer, den Begriff klar von verwandten Disziplinen wie Public Relations (PR), Öffentlichkeitsarbeit, Politische Kommunikation und Werbung abzugrenzen. Ronneberger vertrat in den 70er Jahren gar die Position, die Propaganda als wissenschaftlichen Begriff komplett aufzugeben, da er für die Forschung komplett unbrauchbar sei.<sup>7</sup>

Mit diesen Schwierigkeiten im Hinterkopf empfiehlt Bussemer sich dem Begriff der Propaganda über einen wissenschaftshistorischen Ansatz zu nähern. Über eine geschichtliche Analyse der Propaganda identifiziert er, was die Bedingungen ihrer Wirkung und ihr Wesen *„als kommunikative Technik im politischen Raum“*<sup>8</sup> ausmacht.

Obwohl es fachübergreifend eine kaum überschaubare Vielfalt von Literatur zu Techniken und Wirkungen der Propaganda gibt und der Beginn der Kommunikationswissenschaft im Prinzip als Propagandaforschung bezeichnet werden kann, gibt es keinen einheitliche definierten Propagandabegriff, der ihr Wesen und ihre Bedeutung in modernen Mediengesellschaften zufriedenstellend klassifiziert.

*„Propaganda wird als Diskurssystem begriffen, über dessen jeweilige Ausprägung, soziale Relevanz bzw. politische Brisanz zu verschiedenen Zeitpunkten im letzten Jahrhundert so unterschiedlich gedacht wurde, dass sich von einem einheitlichen Propagandabegriff kaum sprechen lässt.“*<sup>9</sup>

Anstatt Propaganda über Personen oder Ereignisse zu definieren – ein gern gewählter Ansatz gerade in der frühen Kommunikationsforschung –, wählt Bussemer zur Rekonzeptualisierung des Propagandabegriffs den Weg über Werthaltungen, Kommunikationsmodelle, Forschungsmethoden und Wirkungsvorstellungen.

6 Postman 1979: 128

7 Ronneberger 1977: 100

8 Bussemer 2008: 13

9 Bussemer 2008: 15

## 2.1 Historische Entwicklung der Begriffsbedeutung

Der heute im Alltagsgebrauch oft negativ bewertete Begriff der Propaganda machte in den letzten Jahrhunderten mehrere Bedeutungsveränderungen durch und war dabei nicht zwangsläufig negativ konnotiert.<sup>10</sup> Die ursprüngliche Bedeutung geht auf die Gründung der „Sacra Congregatio de propaganda file“ des Papstes Gregor XV. im Jahr 1622 zurück, die dazu dienen sollte, die Verbreitung des katholisch-christlichen Glaubens in der Welt zu befördern. Im Sinne der ursprünglichen Bedeutung des lateinischen „propagatio“<sup>11</sup> lässt sich Propaganda als *„der öffentliche und damit notwendig auch massenmediale Versuch definieren, einen gesellschaftlichen Diskurs zu erweitern und die eigenen Deutungsmuster letztlich in Konkurrenz zu anderen Propaganda‘ durchzusetzen bzw. diese zu überdauern“*<sup>12</sup>. Diese Definition der Propaganda in ihrer ursprünglichen Begriffsbedeutung setzt keine Wertung von wahr oder falsch voraus. Propaganda ist in diesem Sinne weder schlecht noch gut, sondern erfolgreich, wenn sie von den Rezipient\*innen als wahr angenommen wird.

Während der Französischen Revolution wurde Propaganda zu einem beliebten politischen Kampfbegriff, der für eine herrschende Klasse verwendet wurde, die ihre Bevölkerung durch Manipulation in Unmündigkeit halten wollte. Positiv konnotiert war die Verwendung des Begriffs im Zuge des Vormärz und der Revolution von 1848/1849, als er der Verbreitung demokratischer Ideen diene. Die positiv besetzte Propaganda erreichte ihren Höhepunkt in der sozialistischen Arbeiter\*innenbewegung des ausgehenden 19. Jahrhunderts und die darauf aufbauende Einbindung propagandistischer Elemente in die Staatsdoktrin sozialistischer Gesellschaften, die als Teil der Aufklärung und theoretischen Schulung der Bevölkerung fester Bestandteil des politischen Systems wurde.

In bürgerlichen Kreisen wurde das Wort beinahe zeitgleich zum wirtschaftlichen Fachterminus für Reklame verwendet, also synonym zur Werbung und so um einen kommerziellen Bedeutungsrahmen ergänzt. Erst unter den Nationalsozialist\*innen wurde Propaganda wieder ein strikt politischer Begriff, den sie von seiner wirtschaftlichen Verwendung klar abgetrennt sehen wollten und dies auch rigoros im Sprachgebrauch durchsetzten. Im ersten Weltkrieg erlebte die Propaganda ihre erste Blütezeit und wurden als auf konkrete Effekte gerichtete kommunikative Technik stark politisiert und militarisiert. In den USA dagegen war die Propaganda zu Kriegszeiten weiterhin eng mit der kommerziellen Werbung verknüpft und brachte schließlich die neue Kommunikationstechnik Public Relations hervor, während sich im Weltkriegseuropa und die darauf folgende Auseinandersetzung mit ihr als Instrument der Kriegsführung im Ersten Weltkrieg die Definition in der Praxis zusehends auf das Politische verengte.<sup>13</sup>

10 Petersen 2016: 118

11 Übersetzt als Fortpflanzung, Erweiterung, Verlängerung von Etwas

12 Petersen 2016: 119

13 Bussemer 2008: 27f.

Die Geschichte der Propaganda der jüngeren Geschichte ab 2000 fand früh ihren Höhepunkt vor und während des Irakkriegs 2003. Die propagandistisch verbreitete Behauptung, Saddam Hussein wäre im Besitz von Massenvernichtungswaffen, war die amerikanische Rechtfertigung im März 2003 Hussein im Zuge kriegerischer Handlungen zu stürzen. In der neueren Geschichte wird Propaganda demnach häufig im militaristischen Sinn verstanden, derer sich alle Kriegsteilnehmer\*innen bedienen und ist folglich negativ konnotiert.

Was Propaganda im Einzelnen bedeutet, was als Funktionalität von Propaganda bezeichnet wird, ist abhängig vom historischen Kontext, in der sie betrachtet wird.<sup>14</sup> Identische Mechanismen und ähnliche Zielstellungen sind so, je nach geschichtlichem Hintergrund Propaganda oder PR.

## 2.2 Propaganda in der Forschung

Genauso wie die Kommunikationsforschung an sich ist auch die wissenschaftliche Verwendung des Begriffs Propaganda verhältnismäßig jung. Eine systematische Propagandaplanung gibt es erst seit Beginn des 20. Jahrhunderts, als Generalstäbe in vielen europäischen Ländern begannen, entsprechende systematische Propaganda zu initiieren.<sup>15</sup>

Mit der Verbreitung der Massenmedien und Erschließung relevanter Rezipient\*innenzahlen wurden sie auch für eine systematische Kommunikation der herrschenden Klasse interessant. Im alltäglichen Sprachgebrauch etablierte sich das Wort endgültig mit dem Ausbruch des 1. Weltkriegs 1914. Laut Verhey war die *„zunehmende Bedeutung der Propaganda die wesentliche kulturelle“* Kriegserfahrung der Bevölkerung, da erstmals das ‚Wort‘ als Waffe der Persuasion und Beeinflussung der eigenen und feindlichen Bevölkerung eingesetzt wurde.<sup>16</sup> Propagandistische Instrumentalisierung gab es zwar schon vor Ausbruch des Krieges, aber nie mit dieser Reichweite als Phänomen der Masse und der darauf folgenden bewussten Auseinandersetzung mit ihr. So wurden die ersten wissenschaftlichen Arbeiten zur Definition und Wirkung von Propaganda nicht vor 1920 veröffentlicht. Das Bedürfnis nach einer wissenschaftlichen Aufarbeitung stellte sich erst nach den Erfahrungen der modernen Kriegsführung über Medien im Ersten Weltkrieg ein.<sup>17</sup>

Die Propagandaforschung wird aus zwei unterschiedlichen Interessen betrieben: Aus dem Interesse neue Herrschaftsinstrumente zu generieren und aus dem Interesse die Bevölkerung vor Ihnen zu schützen. Beide lassen sich jedoch nicht hermetisch voneinander abtrennen. Die Generierung von Wissen darüber, wie Propaganda funktioniert, stellt gleichzeitig neue Techniken zur Verfügung, wie sie betrieben werden kann.<sup>18</sup>

14 Saxer 1992: 26

15 Wilke 1993: 79ff.

16 Verhey 1999: 39ff.

17 Qualter 1962: X

18 Bussemer 2008: 20

In der Sozialwissenschaft bemühte sich erstmals Johann Plenge im Jahr 1922 um eine Definition des Wesens der Propaganda, in der er feststellte, dass Propaganda sich in der geistigen Sphäre bewegt, um in der realen Welt menschliches Handeln auszulösen. Als „*Grundtatsache [...] menschlich-gesellschaftlichen Zusammenlebens*“ ist Propaganda „*Normalmodus gesellschaftlicher Kommunikation, der sich aus den anthropologischen Konstanten des Menschen ableite*“<sup>19</sup>, nämlich den Kampf um Anerkennung und der Zustimmung für eigenen Ziele sowie die Persuasion oder bewusste Beeinflussung anderer Menschen, sich durch ihr Handeln an der Erreichung der eigenen Ziele zu beteiligen.

Die semiotische Dimension der Propaganda wurde erstmals 1927 von Harold D. Lasswell ergänzt. Für ihn ist der zentrale Punkt der Propaganda die Steuerung der Einstellungen großer Gruppen durch die Manipulation von für diese Gruppe signifikanten Symbolen, wie Worten oder Bildern oder Gestiken, die im Sinne systematischer Planung zu neuen Denkmustern miteinander verknüpft werden.<sup>20</sup> Das bedeutet explizit auch, dass Werbung und PR Arten von Propaganda sind. Indem den Menschen neue visuelle und symbolische Interpretationen eines ihnen bereits bekannten Sachverhaltes geboten und neu verkettet werden, ändern sie die Einstellung der Rezipient\*innen zum gleichen Sachverhalt. Durch Wiederholungen werden Sachverhalte irgendwann als „wahr“ abgespeichert. Lasswells Definition von Propaganda umfasst damit die gezielte Beeinflussung einer großen Gruppe von Menschen und ihrer Einstellung zu einem Sachverhalt. Durch eine Einstellungsänderung kann so indirekt Einfluss auf die Handlung der Menschen genommen werden.

Ende der 20er Jahre waren damit die wesentlichen Merkmale der Propaganda bereits bestimmt. Auch wenn keine Einigkeit über Abgrenzung zwischen Propaganda, PR und Werbung herrschte, bestand zumindest Einigkeit darüber, Propaganda als Prozess oder Kommunikationssituation zu begreifen. Maletzke legte 1972 eine umfängliche Definition des Begriffs Propaganda nach, die die Grundgedanken seiner Vorgänger aufgreift und erweitert:

*„Propaganda‘ sollen geplante Versuche heißen, durch Kommunikation die Meinung, Attitüden, Verhaltensweisen von Zielgruppen unter politischer Zielsetzung zu beeinflussen.“*<sup>21</sup>

Propaganda ist keine Wirkung, sondern eine absichtsvolle Kommunikation, die dann beginnt, wenn sie mit der Absicht erfolgt, die Empfänger\*innen zu beeinflussen und nicht erst dann, wenn diese Wirkung erfolgreich erzielt wurde. Die Akteur\*innen, die die Planung der Propaganda vollziehen, handeln zielorientiert, systematisch und institutionell auf die Beeinflussung von Haltungen, Meinungen und häufig Verhaltensweisen hin. Dieses Ziel der Propaganda ist für Maletzke die wesentliche Unterscheidung zwischen Propaganda und Wissens- und Informationsvermittlung. Zudem werden durch die Urheber\*innenmerkmale eine größere Rezipient\*innengruppe und die Nutzung von Medien zur Übertragung vorausgesetzt, da die Kommunikation immer systematisches, absichtsvolles Handeln voraussetzt. Ein privates Gespräch unter Bekannten kann kein propagandistischer Vorgang sein, womit sich Maletzke von der Definition Plenges der

19 Plenge 1922: 13

20 Lasswell 1927: 627

21 Maletzke 1972: 157

Propaganda als Normalmodus gesellschaftlicher Kommunikation entfernte. Diese aus der sozialwissenschaftlichen Forschung stammende Definition wurde von vielen Kommunikationsforscher\*innen übernommen und beendete damit eine lange ausufernde Diskussion über das Wesen der Propaganda.<sup>22</sup>

Folgt man dieser Definition, gibt es in der politischen Arena, in der eine Vielzahl an politischen Akteur\*innen agiert, eine Vielzahl an propagandistischen Diskursen<sup>23</sup>, die miteinander als gesellschaftlich akzeptierte Wahrheit konkurrieren. Politische Kommunikation besteht demnach aus einer Vielzahl an Propagandadiskursen.

Einige Wissenschaftler\*innen plädieren sogar noch radikaler als Plenge dafür, jede Art von Kommunikation als Propaganda zu bezeichnen. Sie gehen davon aus, dass propagandafreie Kommunikation unmöglich ist – und dass die Empfänger\*innen sich darüber bewusst sind. Wertfreie Nachrichten, die komplett objektiv sind, gibt es nicht. Den Konsument\*innen ist das bewusst und sie verarbeiten Informationen dementsprechend. Für Edelstein ist der Versuch einer Trennung von Propaganda und transportierter Information sinnlos, denn *„propaganda contains information, and information contains propaganda“*<sup>24</sup>.

Anders argumentiert Peter Glotz, da es gerade in der politischen Arena nicht sinnvoll sei, jede Art von politischer Kommunikation, die natürlich als Ziel die Überzeugung anderer von der eigenen politischen Agenda hat, als Propaganda zu bezeichnen. Mit der Bezeichnung aller Arten persuasiver Kommunikation als Propaganda, ist der Begriff an sich vollkommen sinnentleert und für eine Distinktion der Kommunikation als Propaganda sinnlos. Allerdings hält er sie auch dann für fehlgeleitet, wenn sie sich simpler Freund-Feind-Schablonen bedient und nur in eine Richtung verfolgt wird:

*„Es gibt politische Werbung, also emphatische Beschreibungen und darauf aufbauende Schlussfolgerungen, die nicht von vornherein Lüge sind.“*<sup>25</sup>

In der neueren Kommunikationswissenschaft legte Klaus Merten im Jahr 2000 eine Begriffserklärung aus konstruktivistischer Sicht vor. Propaganda ist in dieser Forschungstradition eine Kommunikationsform der Machtanwendung, die nur aus dem Dreieck Kommunikator\*in, Rezipient\*in und Situation erklärt werden kann. Entscheidend ist also die Situation, in der die Übermittlung stattfindet und nicht das Medium, über das übermittelt wird. Die Macht der Kommunikator\*innen von Propaganda wird über einen Zwang gegenüber den Empfänger\*innen ausgeübt, sich dem Narrativ zu beugen, da sonst Sanktionen zu befürchten sind. Dieses immanente Drohpotenzial der Propaganda, unabhängig davon ob dieses einlösbar ist, suggeriert für den\*die Empfänger\*in negative Konsequenzen, sollte sich der propagierten Wahrheit nicht angeschlossen

22 Bussemer 2008: 29

23 Der Diskurs ist nach Foucault die Gesamtheit aller geäußerten und nicht-geäußerten Positionen zu einem gesellschaftlich relevanten Thema. Sie besaßen zu einem bestimmten Zeitpunkt Gültigkeit und wirken auf den ihnen zugrunde liegenden Gegenstand zurück. (Vgl. Foucault 1997: 45)

24 Edelstein 1997: 23

25 Glotz 1997: 120

werden.<sup>26</sup> In der Werbung könnte das Drohpotenzial zum Beispiel in der frühen Alterung der Haut liegen, wenn der\*die Konsument\*in nicht das Pflegeprodukt XY kauft.

## 2.3 Wirkung von Propaganda

Die gesellschaftlich akzeptierte Wahrheit, die Propaganda hervorbringen soll, ist keine feste Größe, sondern eine Frage der Deutung. Diese Deutung ist abhängig von der individuellen Interessenlage, Zielvorstellungen und Erfahrungen der Nachrichtenempfänger\*in. Die Wahrheit ist daher immer ein Streit um Normen, Werte und Gültigkeiten und damit auch Teil politischer Kämpfe um Deutungshoheit.

*„Jede Gesellschaft hat [...] ihre ‚allgemeine Politik‘ der Wahrheit: d.h. sie akzeptiert bestimmte Diskurse, die sie als wahre Diskurse funktionieren lässt; es gibt Mechanismen und Instanzen, die eine Unterscheidung von wahren und falschen Aussagen ermöglichen.“<sup>27</sup>*

Darin liegt die Zielgruppenorientierung der Propaganda begründet, die einerseits die Sozialisierung und Werte ihrer Subjekte miteinbeziehen und andererseits im Kampf um die Deutungshoheit an „wahre Diskurse“ anknüpfen sollte.

Der gesellschaftliche Diskurs ist das Ergebnis vieler Subjekte, die ihn gestalten. Aber kein Individuum oder eine einzelne Gruppe kann ihn allein steuern. Der Diskurs ist das Zusammenspiel vieler, aber nie einzelner Gruppen.<sup>28</sup> Ideologie beruht auf der Annahme, die absolute Wahrheit zu kennen. Im Sinne Foucaults und seiner Kritischen Theorie kann es keine absolute Wahrheit geben. Die Betrachtung eines Diskurses unter diesen Voraussetzungen folgt dem Paradigma, dass alles, was als Wahrheit gepachtet wird, nur ein einziges Deutungsmuster darstellt. Im Diskurs können sich sogenannte Kollektivsymbole als diskursstützende Pfeiler entwickeln und so maßgeblich zur Bildung gesellschaftlicher Wirklichkeiten beitragen, auf denen Personen und Institutionen ihre Handlungsstrategien aufbauen. Kollektivsymbole zeichnen sich durch Simplifizierung komplexer Wirklichkeiten aus, die emotional gefärbtes und rationales Wissen produzieren und somit den Subjekten Sachverhalte plausibel machen und auf spezifische Weise deuten.<sup>29</sup>

Die Zielgruppenorientierung von Propaganda setzt für ihre Wirkung voraus, dass gewisse Anschlusspunkte in der Öffentlichkeit vorhanden sind, damit sie Teil des Diskurses werden kann. Die Propagandasender\*innen können an vorhandene gesellschaftliche Stimmungen anknüpfen und diese zuspitzen, jedoch keine vollkommen neuen Themen platzieren. Die Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Empfänger\*innen und die Antizipation dieser vorgelagerten Interessen sind der Kern der Propagandakommunikation. Nur so können Botschaften an die entsprechende Zielgruppe ausgesendet

26 Merten 2000: 161

27 Foucault 1978: 51

28 Jäger/Jäger 2007: 24

29 Jäger/Jäger 2007: 39

werden. Damit ist klar, dass Propaganda kein Heilmittel ist, sondern immer auch von informierten Menschen ausgehen muss, die Informationen individuell verarbeiten. Die Wirkungsmacht der Propaganda ist begrenzt.<sup>30</sup>

Mit Blick auf die Wirkung von Propaganda existieren unterschiedliche Einschätzungen. In diesem Zusammenhang wird von einem engen und einem weiten Propagandabegriff gesprochen. Marten zum Beispiel folgt in seiner konstruktivistischen Definition einem engen Propagandabegriff, der durch Zwang und Bedrohung eine starke Wirkung auf die Propagandaempfänger\*innen ausübt und durch totalitäre Informations- sowie soziale Kontrolle die öffentliche Meinung unterdrückt. Verfechter eines weiten Propagandabegriffs haben eine positivere Lesart des Prozesses. Für sie ist Propaganda nicht totalitär, sondern bietet lediglich „*kommunikative Angebote zur Generierung von Sinn und zur Bewertung von Informationen*“<sup>31</sup>, hat aber an sich eine schwache Wirkung auf die Rezipient\*innen.

Bussemer arbeitet aus der historische Betrachtung des Propagandabegriffs drei idealtypische Phasen der gesellschaftlichen Rezeption von Propaganda heraus. In der ersten Phase wird Propaganda als Werkzeug einer kleinen Gruppe von Eliten eingesetzt, um sich eigene Vorteile zu verschaffen. Ihnen reichen simple propagandistische Maßnahmen, um ihre Ziele zu erreichen, da das Phänomen der Massenbeeinflussung noch unbekannt ist und sich neue Techniken wie Filme und Rundfunk gerade erst für ein breites Publikum als zugänglich erweisen. Ihren Höhepunkt hat diese Phase schließlich im ersten Weltkrieg, als die systematische Verbreitung von verzerrten Fakten von allen Kriegsparteien als Mittel genutzt wurde. Aus wissenschaftlicher Sicht hat sich in der Betrachtung dieser Zeit das Paradigma des durchgängig durch Medien manipulierbares Menschen und der daraus folgenden starken Medienwirkung durchgesetzt.<sup>32</sup> Die Menschen werden eher als eine homogene, manipulierbare Masse wahrgenommen, denn als Individuen mit eigenen Willen, Interessen und Erfahrungen, die ihre Deutungsmuster der medialen Rezeption bestimmen.

Mit der Ausdifferenzierung des Mediensystems und einer Sensibilisierung für Propaganda und ihre Wirkung in der Gesellschaft verliert sie ihre einseitige Auslegung als Kriegsinstrument und wird zunehmend als eine Art der Kommunikation verstanden, die nicht nur der kriegerisch-politischen Sphäre vorbehalten ist, sondern in allen Bereichen der gesellschaftlichen Kommunikation ihren Platz hat. Propaganda wird zunehmend als Stabilitätsfaktor in einer demokratischen Gesellschaft wahrgenommen, die dadurch unbedenklich ist, dass alle Akteur\*innen sich mit Propaganda und Gegenpropaganda neutralisieren. Ihre Verbreitung wird professionalisiert und zielgruppenorientiert in dem Glauben betrieben, dass wissenschaftliche Empirie exakt bestimmen kann, wie das soziale Handeln der Menschen gesteuert wird. Dass Propaganda existiert, ist in dieser idealtypischen zweiten Phase unbestritten. Die Fragen, die sich stellen sind: Wie kann sie am besten eingesetzt werden? An welche Regeln sollen sich die Protagonist\*innen im öffentlichen Diskurs aber halten?<sup>33</sup>

30 Bussemer 2008: 414

31 Bussemer 2008: 32

32 Bussemer 2008: 402f.

33 Bussemer 2008: 402f.

In der dritten Phase wird der Begriff der Propaganda endgültig innerhalb der gesellschaftlichen Kommunikation als Mittel zur Artikulation von Interessengruppen und ihren Zielen akzeptiert. Laut Münch sind diese Gruppen – seien es Bürgerrechtsaktivist\*innen, Tierschützer\*innen, LGBTQ-Aktivist\*innen, Frauenrechtler\*innen etc. - aufgrund der Informationsflut in den modernen Medien zu einer aggressiven Kommunikation ihrer Ziele und Werte gezwungen. Innerhalb einer demokratischen Gesellschaft wird diese Propaganda zur Gewinnung gesellschaftlicher Mehrheiten akzeptiert.<sup>34</sup> Propaganda ist so nicht mehr ideologisch aufgeladenes Krisenphänomen, sondern wichtig für die politische Meinungsbildung. Zudem wird ihre Mobilisierungsmacht als weniger hoch eingeschätzt als in den vorangegangenen Phasen. Propaganda wird also anders als zu Beginn des 20. Jahrhunderts nicht mehr ausschließlich als eine Bedrohung der gesellschaftlichen Ordnung wahrgenommen. In demokratischen Gesellschaften ist sie gemeinhin als persuasives Element akzeptiert, ausgenommen immer noch die Kriegspropaganda.

Zudem wird den Konsument\*innen durchaus zugetraut, die Informationen, die sie bekommen, zu verarbeiten und einzuordnen. Auch deshalb sind sie weniger empfänglich für eine starke Wirkung von Propaganda. Ein pluralistisches Mediensystem, das in einem breiten Diskurs auch über die Informationen dieser Medien tritt, schwächt die Wirkung von Propaganda ab. Propaganda muss also nicht per se schlecht für ein demokratisches System sein:

*„Einiges spricht dafür, dass Propaganda als Sozialphänomen [...] ernst zu nehmen ist, und zwar sowohl als Gefahr für die Demokratie wie als deren Katalysator. [...] Aus denen vielen konkurrierenden Propagandabotschaften, die jede für sich partikularen Interessen verpflichtet sind, können am Ende Informations- und Orientierungsgewinne für die gesamt Öffentlichkeit stehen.“<sup>35</sup>*

Propagierte Partikularinteressen können die Meinungsvielfalt erhöhen und so in den politischen Konkurrenzkrampf um Meinungen eintreten. Im positiven Sinne trägt Propaganda erst dazu bei, dass Interessen sichtbar werden und die Öffentlichkeit diese antizipieren kann. Auch ihrer Eigenschaft komplexe Prozesse herunterzubrechen und zu beeinflussen, kann man durchaus Positives abgewinnen. Nämlich, dass sie so Inhalte für die Öffentlichkeit erst greifbar und damit diskutierbar macht. Die Grenzen dieses demokratischen Prozesses liegen natürlich auf der Hand: zu polarisierende Positionen und die Darstellung von Unwahrheiten, die keine Anknüpfungspunkte an den öffentlichen Diskurs mehr haben, können schnell zu Chaos in der Kommunikation führen, wenn kein gemeinsamer Rahmen mehr da ist. Wichtig ist auch zu bedenken, dass der Diskurs nie herrschaftsfrei stattfindet und nicht alle Teilnehmer\*innen über die gleichen Informationen verfügen. Propaganda darf also nicht als Allheilmittel der Demokratie missverstanden werden.

34 Münch 1992: 121f.

35 Bussemer 2008: 418

## 2.4 Merkmale der Propaganda nach Bussemer

Diese Vielzahl an Propagandadefinitionen und ihre inhaltliche Bandbreite begründen dennoch ein Problem. Wo beginnt sie und wo hört sie auf? Ist jede Art von Kommunikation Propaganda oder nur dann, wenn der Persuasion eine immanente Drohung innewohnt? Bussemer versucht diese Vielzahl an Definitionen in einer übergreifenden Merkmalliste zu operationalisieren, die die verschiedenen Ansätze miteinander versöhnt. Mit der Systematisierung der Propaganda als Teil des gesellschaftlichen Diskurses und wissenschaftlichem Forschungsgegenstand füllt Bussemer eine Lücke in einem zentralen Feld der Kommunikationswissenschaft, das „*brach [liegt], das theoretischer Aufarbeitung harrt*“<sup>36</sup>.

**Symbolische Kommunikationsebene:** Propaganda setzt in der subjektiven Realitätskonstruktion der Menschen an. Sie bewegt sich im Raum der symbolischen Kommunikation, mit Hilfe derer die Menschen in die Situation versetzt werden sollen, neue Erkenntnismuster für die objektive Realität zu nutzen.

**Systematische Kommunikation:** Ohne Medien gibt es keine Propaganda. Sie dienen dem Transport der Botschaften. Bussemer versteht Propaganda als Technik, die zur Erreichung vorher bestimmter politischer Zielstellungen genutzt wird. Sie ist ein systematisch geplanter Überzeugungsprozess, der auf eine bestimmte Zielgruppe abzielt und sich sozialwissenschaftlicher Kenntnisse über diese Gruppe und den Verlauf von Persuasionsprozessen bedient.

**Überredung zu Haltung und Handlung:** Das Ziel des Propagandaprozesses ist es, die Empfänger\*innen zu einer bestimmten Haltung und dieser entsprechenden Handlungen zu überreden, die im Sinne der propagierten Ideologie des\*der Sender\*in ist. Diese Überredung kann auch die Verfestigung oder Erhaltung von Deutungsmustern der Rezipient\*innen sein. Propaganda dient langfristig der Machterhaltung oder -gewinnung.

**Instrumente der Propaganda:** Propaganda hantiert nicht mit ausgewogenen Informationen, sondern ist stets einseitig. Sie hantiert mit Bildern und Sprachen, die manipuliert und in neuen Verknüpfungszusammenhängen von den Konsument\*innen rezipiert werden sollen. So sollen positive und negative Assoziierungen mit bestimmten Sachverhalten entstehen. Die Propaganda bedient sich dabei auch der Verfälschung von Fakten bzw. Lügen: „*Stets aber kommuniziert Propaganda höchst selektiv*“<sup>37</sup>.

**Doppelte Medialität:** Sie profitiert davon, dass Informationen durch die Medien aus zweiter Hand weitergegeben werden und es einflussreichen Eliten daher möglich ist, diese zu verfälschen. Gleichzeitig nutzt sie diese Medien als Träger ihrer Botschaften, aber nicht um mit ihnen in einen Diskurs um Kompromisse einzugehen, sondern sie als alleinstehende Wahrheiten darzustellen.

**Machtorientierung:** Urheber\*innen von Propaganda sind politische Akteur\*innen, die die Medien als Mittel zum Machterhalt oder -gewinn nutzen und die innere Logik des Mediensystems ignorieren. Medien werden

36 Merten 2000: 143ff.

37 Bussemer 2008: 34

daher nicht als unabhängige Akteur\*innen im politischen System verstanden, sondern sollen einer politischen Agenda gebeugt werden. Die Propagandasender\*innen bedienen sich eine ideologisierten Weltsicht, die mit einem vereinfachten, dichotomen Erklärungsmuster hantiert und die Verbreitung der einzigen Wahrheit für sich beansprucht.

**Alternativlosigkeit:** Die propagierten Handlungsoptionen werden als alternativlos dargestellt und Zuwiderhandlungen sanktioniert. Drohende Kriegsszenarien oder die Gefährdung der gesellschaftlichen Ordnung können die Alternativlosigkeit untermauern bzw. als Sanktionen dienen, unabhängig davon, ob diese tatsächlich eintreten oder das Eintreten realistisch ist.

**Zielgruppenorientierung:** Damit Propaganda funktioniert, muss sie auf die Rezeptionsgewohnheiten, vorhandene Meinungen, Bedürfnisse und Angewohnheiten der Zielgruppe Rücksicht nehmen. Sie bedient sich daher bereits vorhandener Inhalte und Kommunikationsformen, um diese in ihrem Sinne zu verändern und es den Rezipient\*innen so zu ermöglichen, ihre eigene Deutungsmuster anzupassen.

**Instrumentalisierte Wahrheit:** Das Verhältnis der Propaganda zur Wahrheit ist rein instrumenteller Natur. Der Zweck heiligt die Mittel. Nur wenn die Wahrhaftigkeit für das eigene Anliegen von Nutzen ist, wird sie eingesetzt.

**Fluide Form:** Das Ziel propagandistischer Botschaften bestimmt ihre Form. Sie kann sich, je nachdem ob sie der Gefolgschaft oder dem Ideenexport dient, für oder gegen etwas richten.

Mit diesen von Busse genannten Merkmalen der Propaganda wird das Wesen der Propaganda deutlicher, dennoch fehlen weitere Dimensionen, um sich des „Pudels Kern“ noch besser anzunähern. Seine Techniken lassen sich auf moderne PR-Konzepte, politischen Kampagnen und heterogene Interessengruppen im pluralistischen Mediendemokratien, die als Akteur\*innen im politischen Meinungsbildungsprozess mitwirken genauso anwenden, wie auf Wahlkampfpropaganda der Nationalsozialist\*innen, Propaganda zur Aufrechterhaltung diktatorischer Herrschaft und Kriegspropaganda als Teil militärischer Taktiken. Erstere werden kaum als Propaganda bezeichnet werden, letztere passen schon eher in das Bild klassischer Propaganda.

Daher plädiert Busse für ein dynamisches Verständnis von Propaganda. Jede Betrachtung propagandistischer Techniken ist sinnlos, ohne die Ideologieinhalte und Demokratieverständnisse der Propagandasender\*innen in die Betrachtung miteinzubeziehen:

*„Ziel eines solchen Unterfangens muss es sein, von dem vorherrschenden statisch-tautologischen Propagandabegriff, der das als Propaganda begreift, was als solches bezeichnet wird, zu einem dynamischen Verständnis zu kommen, dass verschiedene Formen persuasiver Kommunikation in unterschiedlichen Gesellschaftstypen und die daraus resultierenden unterschiedlichen Konzeptualisierungen von Propaganda adäquat beschreiben kann.“<sup>38</sup>*

38 Bussemer 2008: 39f.

Es spielt also für das Konzept Propaganda eine Rolle, ob die Akteur\*innen in einer offenen oder geschlossenen Gesellschaft kommunikative Überzeugungsarbeit leisten.

## 2.5 Abgrenzung PR

Die PR-Forschung steht in der Tradition der Propaganda-Forschung, ist allerdings ein moderner Forschungszweig dieser. Sie rückte ins wissenschaftliche Interesse, als die Propagandaforschung an Bedeutung verlor. Die Gemeinsamkeiten sind offensichtlich: Es geht ebenfalls darum, das Verhalten der Empfänger\*innen durch Kommunikation zu beeinflussen. Ihre Unterscheidung ist dafür weniger eindeutig. Für einige Wissenschaftler\*innen ist eine Abgrenzung anhand vom Gesellschaftssystemen die entscheidende Trennung zwischen beiden Kommunikationstypen. Die traditionelle Propaganda wird daher einem diktatorischen Gesellschaftssystem zugeschrieben, während in demokratischen Gesellschaften von PR die Rede ist. Von Propaganda kann man erst dann sprechen, wenn ihre Ziele in einer staatlich-sozialen Organisationsstruktur verankert sind, das keine offene Gesellschaft erlaubt und sie in einem zentralisierten Mediensystem agiert, das dem politischen System untergeordnet ist.<sup>39</sup>

Eine Unterscheidung kann auch anhand der Kommunikationsstile und -ziele getroffen werden. Laut Bentele bedient sich PR einer Vielzahl an Kommunikationsarten und ist durch selbstverpflichtende, ethische Regeln an die Verbreitung von Informationen gebunden, die sich auf ihren Wahrheitsgehalt überprüfen lassen. Zudem erheben die Botschaften der PR keinen universalen Geltungsanspruch, sondern vermitteln partikuläre Informationen, die in einen größeren Wirklichkeitsrahmen eingebettet sind. PR zielt zwar auch auf die Verbreitung ideologischer Botschaften, dennoch ist sie in ihrer Strategie pragmatischer. Propaganda hingegen dient der Konstruktion einer Wirklichkeit, die allumfassend ist und keine anderen Erklärungsmuster duldet:

*„Moderne Propaganda ist demnach eine als unidirektionale, beeinflussende Kommunikation zu definieren, für die die Norm der wahrheitsgemäßen Information untergeordnet oder bewusst ausgeklammert wird. Sie arbeitet in der Regel mit einfachen Kommunikationsmitteln (starke Durchdringung, häufig Wiederholungen, einfache Stereotype, klare Wertungen, Vermischung von Information und Meinung), ist häufig emotionalisiert, setzt Feindbilder ein und kommt nur innerhalb einer zentralisierten, nicht-demokratischen Öffentlichkeitsstruktur zu ihrer vollen Entfaltung.“<sup>40</sup>*

Bei allen Versuchen beide Begriffe trennscharf zu unterscheiden, scheint keine Definition befriedigend zu sein. Es bleibt aber festzuhalten, dass beide Konzepte gleiche Wurzeln haben und ähnliche Kommunikationsziele verfolgen.

39 Bentele 1999: 102

40 Bentele 1998: 133f.

## 2.6 Propaganda als außenpolitisches Instrument

Für den Zweck dieser Arbeit betrachten wir die Definition der Außenpropaganda etwas genauer. Der Begriff der Auslandspropaganda wird synonym mit der Bezeichnung Public Diplomacy verwendet. Sie umfasst alle kommunikativen Maßnahmen demokratischer und autoritärer Regierungen, die zur internationalen Verbreitung strategischer Interessen und ökonomischer Ziele genutzt werden.<sup>41</sup> Diese weite Definition schließt somit jede Form von Kulturarbeit, wie zum Beispiel Sprachunterricht, Auslandsmedien jeder Art und die Lobbyarbeit bei ausländischen Regierungen mit ein.

Die synonyme Verwendung von Außenpropaganda und Public Diplomacy ist allerdings nicht unumstritten. Anders als Bussemer lehnt Michalek es ab, das Konzept der Public Diplomacy als propagandistisches Instrument anzusehen.<sup>42</sup> Zwar unterstellt er gleiche Ziele in der Erzielung einer vom Senderstaat intendierten Wirkung auf die Bevölkerung des Empfängerstaats, den entscheidenden Unterschied sieht er jedoch in dem Anspruch von Glaubwürdigkeit, die dem Public Diplomacy Konzept innewohnt, während er als Charakteristikum der Propaganda Verzerrung und Täuschung unterstellt. Auch die einseitige Vermittlung von Informationen wird durch die progressive Vorstellung von Ersterem aufgehoben, die das Konzept der Propaganda bewusst um einen Dialog mit den Empfänger\*innen erweitert.

Es scheint zudem Konsens zwischen politischen Akteur\*innen und Journalist\*innen für Auslandssender zu sein, dass das primäre Ziel der Public Diplomacy die Verständlichmachung eigener Positionen und Sichtweisen ist. Die aktive Manipulation der ausländischen Bevölkerung ist kein definiertes Ziel und wenn überhaupt nur ein untergeordneter Effekt.<sup>43</sup> In der Selbstwahrnehmung der Journalist\*innen sehen sie sich also eher als Informant\*innen denn als Überzeuger\*innen (vgl. dazu auch die Selbstwahrnehmung der Journalist\*innen bei der Deutschen Welle in Kapitel 5).

Propaganda in der heutigen Zeit mit den technischen Mitteln der Kommunikation, die zur Verfügung stehen, findet einfacher einen Zugang zu einer fremden Bevölkerung. Gleichzeitig findet dies unter den Augen aller statt, denn das Material im Internet ist allen Menschen zugänglich. Die Zielgruppe wird nicht mehr über das Medium gewählt, sondern über die Inhalte und Themen, die an das gesellschaftliche Zielpublikum anschlussfähig sind:

*„Während die propagandistisch eingesetzten Massenmedien die Eigenarten der Gegner berücksichtigten, um im Rahmen einer bilateralen Beziehung um so besser manipulieren zu können, müssen nun die Strategen der psychologischen Kriegsführung damit rechnen, dass sie nicht nur an einem bestimmten Ort eine propagandistische (Teil-)Öffentlichkeit schaffen, sondern dass dies vor Dritten auf der ganzen Welt geschieht.“<sup>44</sup>*

41 Bussemer 2008: 36

42 Michalek 2010: 155

43 Michalek 2010: 156

44 Plake 2001: 153

Im Internet sind im Prinzip alle Menschen erreichbar. Ihr Interesse und ihren Zugriff werden allerdings über den Inhalt generiert, der die Zielgruppe ansprechen muss, in dem er zum Beispiel ihr politisches Weltbild bestätigt.

### 3. Das Mediennetzwerk RT International

Nach eigenen Angaben erreicht das Mediennetzwerk RT mit seinen Inhalten über 100 Länder weltweit und kann von 664 Millionen Menschen empfangen werden. Das Angebot wird auf Englisch, Arabisch, Spanisch, Russisch und Deutsch ausgestrahlt. Das Unternehmen ComScore berechnete, dass RT.com in der zweiten Hälfte 2013 rund 5,8 Millionen Menschen im Monat erreichte.<sup>45</sup> Genaue Zahlen über die Reichweite von RT gibt es allerdings nicht. Das Unternehmen selbst macht dazu keine Angaben. RT ist eine Tochterfirma von *Rossija Sewodnja* - auf deutsch *Russland Heute* -, die zu 100% dem russischen Staat gehört. Zudem betreibt RT das Videoportal *Ruptly*.

Der russische Auslandssender wurde 2005 unter dem Namen *Russia Today* gegründet. Im Jahr 2009 vollzog der Sender die Wandlung zu einem internationalen, englischsprachigen Nachrichtensender, der in mehreren Ländern auf der ganzen Welt empfangen werden kann und seinen Schwerpunkt mit der weltweiten Ausrichtung von russischen Nachrichten auf internationale Nachrichten verlegte.<sup>46</sup> Mit der Verlagerung des Schwerpunkts vollzog sich auch der Namenswechsel des Medienunternehmens von *Russia Today* in das auf den ersten Blick weniger an Russland gekoppelte RT. Die jeweiligen Inhalte sind von Land zu Land unterschiedlich und damit auf das Zielpublikum zugeschnitten.

Im Jahr 2013, einen Monat nach dem Beginn der Proteste auf dem Maidan in Kiev, kam es zu einer Umstrukturierung von *RT International* zu einer internationalen Informationsagentur, die die bis dahin führende, russische Nachrichtenagentur *RIA Novosti* ablöste. Im Präsidentendekret von Putin mit dem Namen „*On some measures for improving the effectiveness of State media*“ wird die Aufgabe der neuen Informationsagentur als Hervorhebung der staatlichen Politik der Russischen Föderation und ihrer Öffentlichkeit bezeichnet.<sup>47</sup> Die strategische Richtung von RT liegt damit weniger bei einem Selbstverständnis von einer Nachrichtenagentur als bei einem Kommunikationskanal für russische Politik.

Die Entwicklung und Entstehung von *Russia Today* ist eng mit der russischen Regierung um Vladimir Putin verbunden. Die kurze Leitung zum Kreml bestätigte Putin selber in einem Interview mit dem russischen Outlet von RT:

*„When we designed this project back in 2005, we intended to introduce another strong player on the world’s scene, a player that wouldn’t just provide an unbiased coverage of the events in Russia but also try, let me stress, I mean – try to break the Anglo Saxon monopoly on the global information streams.“<sup>48</sup>*

45 Dougherty 2014: 17

46 RT.com

47 Kurdalanova 2016: 22

48 RT, 2013

*RT International* soll demnach gezielt neben den westlichen Auslandsmedien, wie zum Beispiel der BBC, positioniert werden, um ein alternatives Bild Russlands in die Welt zu senden und dem laut Putin übermächtigen Informationsmonopol englischsprachiger westlicher Medien eine Alternative entgegenzusetzen.

Das Budget von RT beträgt nach eigenen Angaben 19 Milliarden Rubel jährlich.<sup>49</sup> Das entspricht ungefähr 269 Millionen Euro. Andere Quellen schätzen, dass RT über ein Budget von 300 Millionen Euro im Jahr verfügt.<sup>50</sup> Eine genaue Schätzung ist jedoch schwierig, da das Budget ständig angepasst und einige Mittel, die zur Finanzierung beitragen, nicht öffentlich sind. Die Ausweitung des Sendeprogramms nach China im Jahr 2015 deuten aber darauf hin, dass die russische Regierung die Arbeit von RT trotz finanzieller Belastungen als Erfolg wertet und bereit ist, weiterhin in den Ausbau des Programms zu investieren.

Auch personell ist RT eng mit dem Kreml verbunden. Die Chefredakteurin der RT-Gruppe Margarita Simonyan war Teil des Kampagnenteams von Putin im Jahr 2012, als er nach vier Jahren als Premierminister ankündigte, wieder als Präsident zu kandidieren. Zeitgleich arbeitete Simonyan bereits als Chefin von RT. In einem Interview mit der Times gab sie 2015 zu, dass in ihrem Redaktionsbüro ein gelbes Telefon mit einer sicheren Verbindung zu Putin steht.<sup>51</sup>

Der US-amerikanische Ableger von RT machte im Jahr 2014 Schlagzeilen, als zwei Reporterinnen im Live-Fernsehen und in nur wenigen Monaten Abstand mit dem Hinweis auf die unausgewogene Berichterstattung der RT-Redaktion kündigten. In einem Gastkommentar beim *POLITICO Magazine* nannte eine von ihnen – Nachrichtensprecherin Liz Wahl – ein Beispiel dafür, wie das Agenda-Setting bei RT zur einseitigen anti-amerikanischen Berichterstattung genutzt würde:

*„Occupy was our lead story for weeks and then months, even as the number of protesters dwindled [...]. We sucked that story completely dry. [...] Meanwhile, in Moscow thousands of demonstrators took the streets protesting alleged election fraud and corruption, with most of their outrage directed at Russian leader Vladimir Putin [...]. There was little, if any, talk in our newsroom or on our newscast of the dissent in Russia.“<sup>52</sup>*

In einer Studie von Livshen et al. aus dem Jahr 2015 untersuchten die Wissenschaftler\*innen die Inhalte von RT auf ihren Fokus und ihre Themen, um Aussagen über die strategische Ausrichtung des Auslandssenders treffen zu können. Zwischen Januar und Mai 2015 wurden die YouTube-Videos aller RT Outlets untersucht, die in diesem Zeitraum auf deren Kanälen gepostet wurden. Inhaltlich stellten Livshen et al. eine thematische Ausrichtung anhand westlicher Kritikpunkte an Russland fest. RT griff immer wieder die Themenfelder Demokratie, Freiheit, Transparenz, Gerechtigkeit und Effektivität auf. Dahinter vermuten die Wissenschaftler\*innen die Absicht Russlands, die westlichen Gesellschaftssysteme in ihrer Legitimität zu

49 RT.com

50 Duwe et al. 2014

51 Shuster 2015

52 Wahl 2014

unterminieren, indem sie in den Köpfen der Zuschauer\*innen Zweifel an der Fähigkeit des Westens säen, seinen eigenen Werten und Erwartungen gerecht zu werden.<sup>53</sup> In den europäischen RT Outlets soll das Europäische Narrativ<sup>54</sup> von Demokratie, Freiheit, Transparenz und Gerechtigkeit durch die Themen, über die RT berichtet, gezielt infrage gestellt werden. Die Strategie von RT sei es, aufzuzeigen, an welchen Stellen, die EU und ihre Mitgliedsstaaten es versäumen, die von ihnen propagierten Werte einer freien, demokratischen und gerechten Gesellschaft tatsächlich zu leben:

*„RT seeks to undermine Europe and the United States based on the same criteria by which the West criticizes Russia. Since democracy, freedom, transparency, justice, and efficiency are all critical parts of the Western narrative, RT chooses stories to cover that criticize various countries on their inability to live up to strong levels of support for these basic values.“<sup>55</sup>*

Die Verfasser\*innen der YouTube-Studie sahen zudem einen ideologischen Bias von RT, wenn es um die Berichterstattung über die Vereinigten Staaten, Europa und die Ukraine ging.<sup>56</sup> Das Programm von RT wurde auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten. Je nachdem in welchem Land das Programm gesendet wurde, unterschieden sich die thematischen Schwerpunkte. Zum Start des Internetangebots von *RT Deutsch* war das dominierende Thema des Kanals die Ukraine und die Krimkrise. Über 40 Prozent des Contents stand im thematischen Zusammenhang mit der Ukraine. Auch nachdem das Thema aus den tagesaktuellen Nachrichten verschwand, nahm der Ukraine-Konflikt bei *RT Deutsch* nach wie vor eine prominente Rolle ein. 20 Prozent der User\*innen schauten auf dem YouTube Kanal Content über die Ukraine.<sup>57</sup> Die Berichterstattung von RT orientiere sich sowohl an tagesaktuellen Nachrichten und Geschehnissen, die Teil der Berichterstattung der von RT als Mainstream-Medien bezeichneten Akteur\*innen sind, als auch Nachrichten, die von anderen Medien weniger in Fokus gerückt werden, die jedoch den Zielen russischer Außenpolitik dienen.<sup>58</sup> Damit trage RT einerseits seinem eigenen Anspruch als alternative Nachrichtenquelle zur westlichen Presse Rechnung. Andererseits erfülle es seine Aufgabe als Instrument vom Kreml gelenkter russischer Außenpolitik.

Nachrichten mit einem inhaltlichen Bezug zu Russland waren bei *RT Deutsch* und dem französischen Pendant außergewöhnlich oft zu finden und stießen auf beiden Kanälen auf großes Interesse. Der duale Fokus auf die Ukraine und Russland zeigen, dass RT in Deutschland und Frankreich die entsprechenden

53 Livshen/Nelson 2015: 4

54 Ein Narrativ ist ein Erzählmuster, das für sich genommen etabliert und mit einem gewissen Legitimitätsstatus versehen ist. Der politische Diskurs setzt sich aus verschiedenen politischen Narrativen zusammen, die in einer pluralistisch-demokratischen Gesellschaft miteinander konkurrieren. Vgl. Seibel 2009: 3f.

55 Livshen/Nelson 2015: 6

56 Livshen/Nelson 2015: 4

57 Livshen/Nelson 2015: 7

58 Livshen/Nelson 2015: 6

Nachrichten dazu priorisiert habe. Die Klickzahlen bei YouTube spiegeln zudem ein großes Interesse der Konsument\*innen an diesen Themen wider.<sup>59</sup>

Die Outlets von RT zielen mit individuell angepassten Medien-Strategien auf das jeweilige Publikum in den unterschiedlichen Ländern ab. Als Strategie identifizieren Livshen et al. einen Mix aus relativ objektiver Berichterstattung und verzerrten Beiträgen mit einem ideologischen Winkel, der unter den Konsument\*innen Zweifel an der Berichterstattung anderer Medien streue und Tatsachen hinterfrage. Die Ausrichtung auf eine Berichterstattung, die zeigen soll, wie ausgehöhlt die vom Westen propagierten Werte sind, soll die Glaubwürdigkeit und Einheit der westlichen Demokratien und ihrer Institutionen beschädigen.<sup>60</sup>

Zu einem ähnlichen Schluss kommen Bentzen/Russell in einem Research Paper für das Europäische Parlament. RT wird in dem Paper als „*Russia’s main international media weapon*“ beschrieben. Der internationale Nachrichtensender ist laut Russell und Bentzen zu einer Plattform für „*provocative and original perspectives*“ geworden, „*raising sometimes legitimate concerns [...] that resonate with a heterogenous mix of environmentalists, civil liberties campaigners, eurosceptics, far-right parties, and various disaffected groups*“<sup>61</sup>. Damit repräsentiere RT genau die vom Mainstream abweichenden politischen Stimmen in Europa und Nordamerika, die in Russland selber kaum Möglichkeit haben sich zu äußern, ohne mit Sanktionierungen seitens der Regierung rechnen zu müssen. Die Strategie von RT im Ausland sei weniger die Verteidigung russischer Politik, als die offensive Diskreditierung der USA und EU, befinden Russell und Bentzen. Die Schwierigkeit besteht in dem Mix aus legitimer Kritik, die RT zum Beispiel an der Funktionsweise der Institutionen der EU vorbringt, und ihrer daraus folgernden, pauschalen Ablehnung der gesamten EU.

Inhalte und Strategie von RT International sind fest an russische, außenpolitische Interessen gebunden. Der Ablehnung westlicher Gesellschaftssysteme wird RT durch eine kritische Berichterstattung über hypokritische Werte und undemokratische Institutionen des Westens gerecht. Gleichzeitig bietet RT eine Anlaufstelle für Menschen, die sich in ihrer Verdrossenheit über glaubwürdige Medien und Politik in der Berichterstattung bei RT bestätigt sehen. Die teilweise berechtigte Kritik am politischen Geschehen wird von RT zur Diskreditierung des gesamten Wertesystems genutzt. Dabei wird kein offensiv positives Bild Russlands gezeichnet, sondern vielmehr durch den Hinweis auf das Versagen westlicher Staaten von eigenen Unzulänglichkeiten abgelenkt.

59 Livshen/Nelson 2015: 6

60 Livshen/Nelson 2015: 8

61 Bentzen/Russell 2015: 5

## 3.2 RT als außenpolitisches Instrument

Dass die strategische Ausrichtung von RT russischen Interessen entspricht, liegt allerdings in der Natur der Sache. RT ist fester Bestandteil russischer Außenpolitik und stellt wie eben erläutert ein wichtiges Instrument zur Verbreitung eines russischen Gegengewichts zur westlichen Dominanz in den Medien, insbesondere US-amerikanischer politischer Narrative dar.<sup>62</sup> Damit fällt es in den Bereich der Soft Power Instrumente außenpolitischer Strategien. Soft Power ist ein theoretischer Begriff, der von Nye als die Fähigkeit einer Nation zur Überzeugung und Anziehung aufgrund ihrer Kultur, politischen Ideale und Strategien beschrieben wird.<sup>63</sup> Nach dieser Definition ist auch die kommunikative Legitimierung staatlicher Handlungen Teil von Soft Power. Die Darstellung von RT als unbefangene Nachrichtenseite, die eine andere Perspektive auf Geschehnisse wirft und alternative Rahmungen zum westlichen Blickwinkel präsentiert, kann so als außenpolitisches Instrument verstanden werden, das gezielt zur Vergrößerung der russischen Soft Power eingesetzt wird. Diese Public Diplomacy ist aber nur ein Bestandteil der übergeordneten Soft Power.

Die Soft Power eines Landes setzt sich aus drei Ressourcen zusammen: seine Kultur und ihre Attraktivität für andere, seine politischen Werte und deren Einhaltung im In- und Ausland sowie seine Außenpolitik und deren Legitimität und moralische Autorität:

*„The development of soft power need not be a zero-sum game. All countries can gain from finding each other attractive. But for China and Russia to succeed, they will need to match words and deeds in their policies, be self-critical, and unleash the full talents of their civil societies. Unfortunately, that is not about to happen soon.“<sup>64</sup>*

Für Nye hat Vladimir Putin das Konzept von Soft Power also missverstanden, da für Putin der zentrale Ausgangspunkt der Soft Power seine eigene Regierung ist. Die Propaganda einer Regierung sei jedoch selten glaubwürdig genug, um Menschen im Ausland von ihren Zielen zu überzeugen. Viel wichtiger sei hingegen die Soft Power vom privaten Sektor, Individuen und der Zivilgesellschaft. Zudem werden laut Nye die Soft-Power-Maßnahmen untergraben, wenn wie in Russlands Fall Presse- und Meinungsfreiheit vehement eingefordert werden, im eigenen Land aber diese seit Jahren systematisch unterwandert werden.

Im Russland unter Putin gibt es keine freie Presse, die sich der Kontrolle der Staatsmacht entziehen könnte. Im Gegenteil werden die Medien in Russland weiterhin als Mittel zum Zweck verstanden. Dem Zweck, dass sie die öffentliche Meinung zu ihren Gunsten mithilfe der Medien nutzen können, um sie nach ihren politischen Vorstellungen zu formen. Unter Putin wurden die nach dem Ende der Sowjetunion auf den Weg gebrachten demokratischen Reformen und die in der Verfassung festgeschriebene Pressefreiheit teilweise ausgehöhlt und rückgängig gemacht. In den letzten Jahren wurde die Freiheit der Presse durch neue Gesetze

62 Yablokov 2015: 311

63 Nye 2004: 9

64 Nye 2013

eingeschränkt und oppositionelle Medien zum Schweigen gebracht.<sup>65</sup> Diesem Glaubwürdigkeitsproblem begegnet RT, indem der thematische Fokus auf die Unzulänglichkeiten des Westens gelegt werden.

Die Wirkung und Effizienz von RT für die russische Außenpolitik lässt sich aus mehreren Gründen schwer ausmachen. Erstens gibt es keine sicheren Aussagen darüber, wie viele Menschen von RT erreicht werden. Zweitens ist die Wirkung von Medien auf Konsument\*innen schwer zu belegen, denn „*Media never determines what they think but what they think about*“<sup>66</sup>. Drittens lässt sich schwer messen, welchen Einfluss der Sender auf außenpolitische Maßnahmen von zum Beispiel der EU hat. So hat der Sender nicht verhindern können, dass immer wieder neue Sanktionen an Russland verhängt wurden oder sich hörbare Kritik an ihnen aus der Zivilgesellschaft entwickelte.<sup>67</sup>

Auch die Europäische Union bedient sich einer eigenen Soft Power Strategie in Ost-Europa. Mithilfe der Europäischen Nachbarschaftspolitik sollen die Zivilgesellschaften gestärkt, der Ausbau unabhängiger Medien befördert und der demokratische Transformationsprozess weiter nach Osten getragen werden – und damit natürlich auch einen Gegengewicht zum russischen Einfluss in der Region gesetzt werden. Aus russischer Sicht wird hier unter dem Deckmantel der Demokratieförderung die Ausbreitung der westlichen Einflussphäre in das Gebiet der ehemaligen Sowjetunion propagiert.<sup>68</sup>

Der Generalstabschef der russischen Streitkräfte Valery Gerasimov formulierte die Mittel der Konfrontation in der modernen Welt so:

*„And so the ‘rules of war‘ have changed substantially. The role of non-military ways to achieve political and strategic objectives, which in some cases in their effectiveness far exceed the force of arms. The Emphasis of methods of confrontation is shifting towards extensive use of political, economic, information, humanitarian and other non-military measures, implemented with the involvement of the protest potential of the population.“<sup>69</sup>*

Der Schwerpunkt von Konfrontationen verschiebe sich weg von ausschließlich militärischen Mitteln zum Einsatz von politischen, wirtschaftlichen und informativen Maßnahmen, die das Protestpotenzial der jeweiligen Bevölkerung mit einschließen. Der moderne Krieg sei also ein Krieg von gezielter (Des-)Information anderer Bevölkerungen mit dem Ziel innere Konflikte zu schüren und das Misstrauen der Bevölkerung gegen die eigene Regierung oder supranationale Organisationen zu stärken.

Folgt man Gerasimovs Argumentation ist das Ziel, das Russland mit dem Ausbau westlicher Auslandsmedien wie RT oder auch dem Radiosender *Sputnik* verfolgt, die Schwächung und Untergrabung westlicher Gesellschaften und ihres Demokratiemodells. Zudem sollen die transatlantischen Beziehungen zwischen der

65 Albrecht 2008: 108f.

66 McCombs/Shaw 1977: 5

67 Yablokov 2015: 311

68 Meister/Puglierin 2016: 2

69 Gerasimov 2013

Europäischen Union und den Vereinigten Staaten von Amerika geschwächt werden. In supranationalen Bündnissen wie der NATO und der EU, die an Konsensentscheidungen zwischen ihren Mitgliedsstaaten gebunden sind, könnten durch die Einflussnahme auf einzelne Mitglieder ganze Entscheidungsprozesse wesentlich verlangsamt oder gar ausgesetzt werden.<sup>70</sup>

Neben dem Ausbau von RT als Fernsehsender in Europa und Nordamerika, trieb Putin den Ausbau des Radiosenders *Sputnik* (ehemals *Stimme Russlands*) voran. *Sputnik* ist so etwas wie der große Bruder von RT. Das Netzwerk verschiedenster Medienplattformen produziert inzwischen in 34 Ländern Radiobeiträge, Videos, Inhalte für Nachrichtenagenturen und soziale Medien. Die ursprüngliche Idee bestand darin, eine aus dem russischsprachigen Raum entstandene Alternative zu CNN oder BBC zu schaffen.<sup>71</sup>

Bei der Entwicklung der Soft-Power-Strategie des Kremls unterstützen Russland internationale PR-Agenturen wie *Ketchum* aus den USA oder *G-Plus* aus Europa. Sie beraten die russische Regierung bezüglich ihrer Medienstrategien und beobachten für den Kreml die internationale Berichterstattung über Russland.<sup>72</sup> Neben der Verbreitung über eigene Kanäle stellt RT seine Inhalte auch kostenlos an andere Sender zur Verfügung. Auf seiner Webseite bietet RT fertig produzierte Beiträge, Expert\*inneninterviews und Übersetzungen auf Englisch, Arabisch, Spanisch und Russisch an. Laut RT wird dieser Service von über 16.000 TV Kanälen und Agenturen in 185 Ländern genutzt.<sup>73</sup>

Mit Gründung der kommerziellen Videoagentur *Ruptly* konkurriert RT mit Medienagenturen wie *Reuters TV* oder *Associated Press Television News (APTN)*. Die Videos auf *Ruptly* werden allerdings zu deutlich günstigeren Preisen als die der beiden Marktführer\*innen angeboten. Gerade für kleine journalistische Player ist das ein attraktives Angebot.<sup>74</sup> RT ist also Teil einer größeren Medienstrategie, die von der russischen Regierung genutzt wird, um neben eigenen Sendeformaten über ausländische Medien Content zu platzieren.

### **3.3 RT Deutsch**

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit RT im Allgemeinen und *RT Deutsch* im Besonderen ist im Vergleich zur journalistischen Aufmerksamkeit in Deutschland gering. In deutschen Medien wie FAZ<sup>75</sup> und *Die Zeit* oder europäischen Publikationen wie *The Guardian*<sup>76</sup>, *The Times*<sup>77</sup> und *Newsweek*<sup>78</sup> manifestierte

70 Meister/Puglierin 2016: 4

71 Meister/Puglierin 2016: 5

72 Gruska 2013: 32

73 RT 2013

74 Gruska 2013: 3

75 Vgl. FAZ online, 20.11.2014

76 Vgl. The Guardian Online, 28.10.2014

77 Vgl. Time.com, 05.03.2015

78 Vgl. Newsweek.com, 05.03.2014

sich der Ruf von RT als Sprachrohr des Kremls mit einem Hang zu verschwörungstheoretischen Inhalten schnell.

„Das hat uns gerade noch gefehlt“, titelte *Zeit Online* am 19. November 2014 zum Start des Internetportals *RT Deutsch*.<sup>79</sup> Der Journalist Carsten Luther kündigt das Portal als Propagandamaschine des Kremls an, die die in Russland nicht mehr existierende Meinungsfreiheit in Deutschland nutzt, um dessen Propaganda in die westliche Welt zu tragen. Der Aufschrei im Herbst 2014 war auch in anderen deutschen Medien groß. Die einhellige Meinung bei *Zeit*, *Tageszeitung*<sup>80</sup> und *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: bei *RT Deutsch* handele es sich nicht um seriösen Journalismus, sondern um Propaganda in Reinkultur.

Der Sender begann im September 2014 in Deutschland auszustrahlen, nach eigenen Angaben auf „*Initiative tausender Menschen im deutschsprachigen Raum [...], die eine Kampagne starteten, mit dem Ziel, RT-Berichterstattung als eine alternative Informationsquelle, abseits des Mainstream zu ermöglichen.*“<sup>81</sup> Nach der flächendeckenden Kritik an den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern für ihre einseitige Berichterstattung über den Konflikt auf der Krim, startete *RT Deutsch* mit dem erklärten Ziel, eine Gegenöffentlichkeit zum etablierten (Medien-)Mainstream herzustellen. Chefredakteur von *RT Deutsch* ist der 1965 in Moskau geborene Ivan Rodionov.

Auf der Internetseite des Nachrichtenportals heißt es:

„Mit dem deutschsprachigen Programm von RT wird einem einseitigen und oft interessengetriebenen Medien-Mainstream ein Gegenstandspunkt gesetzt.[...] Unser Ziel ist es, eine Gegenöffentlichkeit herzustellen sowie Medienmanipulationen aufzuzeigen. In diesem Sinne werden wir Stimmen zu Wort kommen lassen, die eine alternative, unkonventionelle Sichtweise präsentieren. Unser Leitbild lautet: ‚Wir zeigen den fehlenden Teil zum Gesamtbild. Also genau jenen Part, der sonst verschwiegen oder weggeschnitten wird.‘“<sup>82</sup>

Die Positionierung von *RT Deutsch* als Alternative zu den etablierten Medien entspricht den Ergebnissen der Studie von Livshen et Al. Der Vorwurf die deutschen Medien würden absichtlich täuschen, verzerren und auslassen und seien alles andere als unabhängig, entspricht ihrer Diskreditierung einer glaubwürdigen Pressefreiheit in Deutschland. Den Grundsätzen einer objektiven Berichterstattung als Kontrapunkt zu den vorsätzlichen Verfehlungen etablierter Medien, verpflichtet sich RT allerdings auch nicht.

Das Misstrauen gegen die etablierten Medien, von *RT International* auch als „*Anglo Saxon Media*“<sup>83</sup> bezeichnet, bildet das Herzstück der strategische Ausrichtung von *RT Deutsch* und seinem globalen

79 Vgl. *Zeit Online*, 19.11.2014

80 Vgl. *Taz Online*, 16.12.2014

81 *RT Deutsch*

82 Ebenda

83 *RT.com*

Mutterkonzern. Die Ausrichtung auf Themen, über die in der sogenannten Mainstream-Presse marginal oder gar nicht berichtet wird, ist ganz bewusst gewählter Fixpunkt des Senders.

## 4. Analyse am Beispiel der Sendung *451 Grad*

Die Sendung *451 Grad* startete am 30.09.2016 auf der Internetseite von *RT Deutsch*. Die Videos werden zudem auf YouTube veröffentlicht. Seit der 18. Sendung „*Rückt Europa nach rechts?*“ vom 27.01.2017 werden die Sendungen jeden Freitag auf dem eigenen YouTube-Kanal von *451 Grad* veröffentlicht. Der Kanal hat insgesamt 11.182 Abonnent\*innen und wurde 858.945 Mal aufgerufen<sup>84</sup>. Die Sendungen dauern zwischen 8 und 41 Minuten. Bei den kurzen Sendungen handelt es sich meistens um vorher aufgezeichnete Sendungen, die an Feiertagen wie Weihnachten und Ostern ausgestrahlt wurden. Da *451 Grad* ausschließlich im Internet veröffentlicht wird, ist eine einheitliche Sendungslänge auch nicht vonnöten. Bis zum 30. Juni 2017 wurden insgesamt 40 Sendungen veröffentlicht, die insgesamt 1.198.972 Klicks generierten<sup>85</sup>. Diese 40 Sendungen sind Gegenstand der Analyse. Die Klickzahlen lassen keinen genauen Rückschluss, über Anzahl der Zuschauer\*innen zu, da YouTube nur die Aufrufe nicht aber die einzelnen User\*innen zählt.



Abbildung 1: Das Logo der Sendung

### 4.1 Selbstverständnis

Das Selbstverständnis der Sendung erklärte Moderator Reza Abadi gleich zu Beginn der ersten Sendung, die am 30.09.2016 auf der deutschen Internetseite von *RT Deutsch* veröffentlicht wurde:

*„Eine neue Nachrichtensendung auf dem Markt? Nein, das sind wir nicht. Und zwar möchten wir viel mehr kritisch und wachsam da sein, wenn Kolleginnen und Kollegen Fakten auslassen, verzerren oder verfälschen. Dabei möchten wir nicht richten. Sondern wie hat Marcel Reich-*

84 Stand 08.07.2017

85 Stand 08.07.2017

Ranicki schon gesagt: ‚Der Kritiker ist kein Richter, sondern ein Staatsanwalt oder Verteidiger.‘  
Und bei all den Stürmern da draußen, wird es echt Zeit eine vernünftige Verteidigung  
aufzubauen.“<sup>86</sup>

Abadi und seine Redaktion verorten sich analog zur Ausrichtung von *RT Deutsch* klar im Spektrum alternativer Medien, die sich als Gegenpunkt zu den sogenannten Leitmedien sehen, die von großen Verlagen publiziert oder öffentlich-rechtlich finanziert sind. Die Abgrenzung erfolgt über den Vorwurf der Täuschung der Konsument\*innen durch die Mainstream-Medien, den *451 Grad* aufdecken möchte. In der Sendung soll eine Gegenöffentlichkeit zu den westlichen Narrativen in den Nachrichten der Leitmedien veröffentlicht werden, deren Berichterstattung zudem kritisch begleitet und deren inhaltliche Fehler offengelegt werden. Leitmedien, etablierte Medien oder Mainstream-Medien sind bei *451 Grad* nicht näher umrissen, sondern werden eher als homogene Gruppe angesehen. In der Sendung werden Beispiele aus diesen Medien gewählt: *Die Welt*, die *Bild*, die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Der Spiegel* und *Süddeutsche Zeitung*. Aus Abadis Anmoderation in der ersten Sendung geht deutlich hervor, dass er diesen Medien eine vorsätzliche Verzerrung von Fakten unterstellt, die er als Gefahr für die Wahrheit versteht, die *451 Grad* aktiv ans Licht bringen möchte. Das Misstrauen gegen die Mainstream-Medien ist so stark, dass es einer „vernünftigen Verteidigung“ gegen sie Bedarf. Der Vorwurf der Verzerrung, Verfälschung und des Auslassens von Fakten steht als Prämisse bereits zu Beginn fest und ist das initiiierende, identitätsstiftende Momentum von *451 Grad*. An dieser Stelle agiert *451 Grad* ähnlich voreingenommen, wie die Medien auf den Start von *RT Deutsch*.



Abbildung 2: Moderator Reza Abadi im Studio

86 Vgl. Sendung 1 „Eine Quelle ist das, was ins Bild passt“

Mit dem Vorwurf der Propaganda, mit der sich *RT Deutsch* insgesamt schon von Anfang an konfrontiert sah, geht *451 Grad* ironisch um. In nahezu jeder Sendung fällt ein ironischer Kommentar von Abadi. Ab Sendung 6 wird in der oberen linken Ecke der Hinweis *Dauerkremlsendung* eingeblendet. In der Rubrik *Rohrpost* widmet sich die Redaktion regelmäßig auch Vorwürfen von User\*innen, die Sendung sei eine russische Propagandasendung. Die Redaktion von *451 Grad* wählt auch im Umgang mit diesen Kommentaren den Weg der Ironie. Zu einer inhaltlichen Auseinandersetzung mit den Vorwürfen kommt es in der Sendung zu keiner Zeit. Ein Beispiel aus Sendung 2:

*„Wir haben jede Menge Zuschriften von euch bekommen. Und das ist auch gut so, denn wir möchten, dass ihr dabei seid in der Gestaltung unserer Sendung. Und heute möchten wir auf Jules Rockefeller eingehen. Der hat nämlich geschrieben, dass wir...äh...die Propaganda hervorragend beherrschen und diese anwenden. Da kann ich schon mal auf die Sendung von nächsten Woche eingehen, Herr...ähm...Rockefeller. Wir werden nächste Woche mal eine kleine Anleitung bauen, wie genau Propaganda funktioniert und wie man sie anwenden sollte im deutschen Fernsehen.“<sup>87</sup>*

Die fünf Gebote der Propaganda werden schließlich in der nächsten Sendung vorgestellt und anhand von Beiträgen aus den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten dargestellt. Die Gebote lauten:

1. Du sollst das Bild verdüstern.
2. Du sollst den Ton zu verdüstern.
3. Im Notfall verdüstere Bild und Ton.
4. Bilde anderen die Meinung.
5. Komplizierte Grafiken sollst du bauen.<sup>88</sup>

Alle Beiträge beziehen sich auf zwei Sendungen von Frontal 21 vom 04.10.2016 und 16.10.2016, die sich mit Themen rund um Russland beschäftigen. Auch an dieser Stelle erfolgt keine tiefgehende Auseinandersetzung mit dem Vorwurf. Propaganda erhält keine inhaltliche Dimension, sondern nur eine visuelle. Das „4. Gebot“ ist mit keinem Beispiel unterlegt und verläuft ins Leere, da jede Art von Haltung so zu Propaganda degradiert wird. Viel mehr wird der Propaganda-Vorwurf auf die öffentlich-rechtlichen Medien projiziert und ihnen das Gleiche im Bezug auf ihre Berichterstattung über Russland und Putin vorgeworfen.<sup>89</sup> So geschehen auch in Sendung 5 *„Genug Geillnert“*. Anhand eines Einspielers aus der Talksendung von Maybritt Illner am 21.10.2016 zu Vladimir Putin wird der Propaganda-Vorwurf mit den fünf Geboten wiederholt. Inhaltlich richtet sich die Kritik gegen die Aussage, russische Hacker hätten im US-amerikanischen Wahlkampf interveniert, wofür es keinerlei Beweise gebe. *„Dass der Gegenkandidat ein Superreicher ist, der sich so ziemlich jeden Hacker auf dieser Welt kaufen könnte und es jede Menge gibt,*

87 Vgl. Sendung 2 *„Karrierekiller Kritik“*

88 Vgl. Sendung 3 *„Du sollst [nichts] auslassen“*

89 Ebenda

was es bei Hillary auszuspionieren gibt. Das wäre viel zu weit gedacht.“, fügt Moderator Abadi an<sup>90</sup>. Diese Stelle verdeutlicht, wie alternative Narrative bei *451 Grad* etabliert werden. Die Sendung bietet alternative Interpretationen an, ohne diese zu vertiefen und Beweise für sie zu liefern.

Eine große Rolle für das Selbstverständnis von RT spielt ihre Darstellung als „*Underground-Medium*“<sup>91</sup>, dass regelmäßig in anderen Medien als Propaganda verurteilt wird und für das eigene Recht zu publizieren kämpfen muss. Eine Meldung aus Großbritannien, dass dem britischen Ableger von RT von der privaten Bank NatWest sämtliche Bankkonten gekündigt wurden und die in Deutschland kaum mediale Beachtung fand, kommentiert Abadi so:

*„Was war in der Türkei los, als Verleger und Zeitungen von Erdogan eingeschränkt wurden. Bankkonten und Twitter- und Facebook-Accounts lahmgelegt – das alles war und ist ein Akt gegen die Meinungs- und Pressefreiheit. Die deutsche Medienlandschaft sah sich gezwungen, wie ein Ritter vor Erdogan zu stehen und das zurecht. Aber dieser Beschützerinstinkt – wie ein deutscher Schäferhund – scheint nur wie eine bestimmte Gruppe zu gelten.“*<sup>92</sup>

Der Vorwurf es handele sich um einen politischen Akt, um RT UK am Publizieren ihrer Inhalte zu hindern, wie *451 Grad* es nahelegt, wurden von NatWest als auch dem britischen Finanzamt bestritten und die Kündigung von der privaten Bank wenige Tage später zurückgenommen.<sup>93</sup> Einerseits bestätigt sich Abadi so in der Rolle abseits vom Mainstream als alternatives Medium, andererseits wird unterstellt, dass es echte Pressefreiheit nur für Medien gibt, die einem bestimmten Diskurs folgen, nicht aber für *RT Deutsch*.

Die stetige Bedrohung der Publikationsfreiheit von RT schwingt auch in einem Beitrag über eine EntschlieÙung des Europäischen Parlaments vom 23. November 2016 zur „*Strategischen Kommunikation der EU, um gegen sie gerichteter Propaganda von Dritten entgegenzuwirken*“, der als Antwort einer Zuschauerinnenfrage nach den Konsequenzen dieser Resolution für *RT Deutsch* ausgestrahlt wird. Im Beitrag, ein deutsch synchronisierter Beitrag von RT UK, erklärt der Kommentator:

*„Das Parlament hat für eine Resolution gestimmt, islamistische und vermeintliche russische Propaganda zu kontern. 304 haben für den Vorschlag gestimmt, mehr sind jedoch nicht erschienen oder haben dagegen gestimmt.“*<sup>94</sup>

Insgesamt waren 691 Parlamentarier\*innen bei der Abstimmung anwesend. Davon stimmten 304 für die EntschlieÙung, 179 dagegen und 208 enthielten sich. So wird es auch im Beitrag angezeigt, jedoch im Kommentar anders dargestellt:

90 Vgl. Sendung 3 „Du sollst [nichts] auslassen“

91 Vgl. Sendung 28 „Politische Talkshows analysiert I Wie braun ist die AfD?“

92 Vgl. Sendung 4 „Gute Bomben, Böse Bomben“

93 Guardian Online, 17.10.2017

94 Vgl. Sendung 10 „Merkels Maßnahmen gegen Fake News“



Abbildung 3: Screenshot Sendung 10: „Merkels Maßnahmen gegen Fake News“

An dieser Stelle wird der Beitrag für einen Kommentar Abadis unterbrochen:

*„Islamistische Propaganda zum Beispiel von der IS [sic] wird jetzt vom Europäischen Parlament mit der angeblichen russischen Propaganda gleichgesetzt.[...] So etwas Grausames wie RT gilt es jetzt zu verbieten, wenn man jetzt kurzerhand den IS mit RT gleichsetzt.“*

In der Resolution der EU wird anerkannt, „dass die feindselige Propaganda gegen die EU viele verschiedene Formen annimmt und sich unterschiedlicher Werkzeuge bedient“<sup>95</sup>. Danach findet eine Unterscheidung zwischen den Sender\*innen der Propaganda statt. Im Absatz „Anerkennung und Enthüllung des russischen Desinformations- und Propagandakriegs“ wird konkret auf RT als Werkzeug zur Infragestellung demokratischer Werte und Spaltung der EU Bezug genommen.<sup>96</sup> Der Absatz „Durchdringung und Bekämpfung des Informationskriegs sowie der Desinformations- und Radikalisierungsmethoden des IS/Da'esh“ bezieht sich auf den IS. Außer bei der Feststellung, dass sowohl der IS als auch RT Propaganda betreiben, werden Werkzeuge, Strategien, langfristige und kurzfristige Ziele beider Akteur\*innen sowie der empfohlene Umgang des EU-Parlaments an die europäischen Mitgliedsstaaten deutlich unterschieden. Von einer Empfehlung eines Verbots von *RT Deutsch* ist an keiner Stelle der Entschließung die Rede. An dieser Stelle dramatisiert *451 Grad* die Resolution, die von ihrem Wesen her keinerlei neue rechtlichen Grundlagen schafft, zu einer Bedrohung ihrer publizistischen Freiheit, der sich RT ausgesetzt sieht. Abschließend antwortet Moderator Abadi auf die Eingangsfrage der Zuschauerin:

95 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 23. November 2016: 5

96 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 23. November 2016: 6

„Aber was wird jetzt aus RT Deutsch nach der Resolution oder was werden wir unternehmen?  
Ich sag euch, was wir tun. Wir machen einfach genauso weiter, wie bisher.“

Einerseits ist das folgerichtig, da sich die Bedingungen für RT durch die Resolution natürlich nicht geändert haben. Andererseits entsteht so der Eindruck, dass *RT Deutsch* in ihrem Selbstverständnis als Außenseiter des etablierten medialen Systems eine Lanze für die freie Presse in der EU bricht.

## 4.2 Inhalte

Die Sendung wird in der *RT Deutsch*-Redaktion in Berlin aufgezeichnet. Ihre Aufmachung ist professionell. Abadi sitzt an einem Schreibtisch in einem Studio, das einer Lagerhalle gleicht. Die Redaktion der Sendung besteht aus zwei Redakteurinnen, einem Head of Production und einem Cutter. Abadi fungiert als Chef vom Dienst und Moderator. Er bestimmt, welche Themen es in die Sendung schaffen.<sup>97</sup> Keiner der Redakteur\*innen der Sendung ist russischsprachig und Abadi betont die Eigenständigkeit der Sendung, die auch von Chefredakteur Ivan Rodionov unabhängig eigene Themen setzt.

In der Sendung erscheinen wiederkehrende Rubriken, die in losen Abständen in die Sendung eingebaut werden. Die Rubriken von *451 Grad* sind *Schwarz/Weiß*, *Geschwätz von Gestern*, *Denkschablone*, *Witz der Woche*, *Griff ins Klo* und *Der Kommissar von O'Burg*. Die Rubrik *Schwarz/Weiß* wird in der 2. Sendung zum ersten Mal gezeigt. In ihr soll es um politische Akteur\*innen gehen, die in der westlichen Wahrnehmung vom „*Paulus zum Saulus*“ wandelten, also erst politisch unterstützt und schließlich Ziel westlicher Kritik wurde. In dieser Rubrik werden unter anderem Politiker wie Mugabe, Castro, Mubarak und Al-Gaddafi vorgestellt. Im *Geschwätz von Gestern* werden Nachrichten gezeigt, die aus den Mainstream-Medien verschwunden sind bzw. nicht mehr auf der tagesaktuellen Agenda stehen. In der *Denkschablone* werden Nachrichten von einem alternative Standpunkt beleuchtet, der nicht dem gängigen Narrativ entspricht, das in den Mainstream-Medien gezeigt wird. Der *Witz der Woche* sowie *Griff ins Klo* behandeln kleine Neuigkeiten der Woche. *Der Kommissar von O'Burg* nimmt eine kommentierende Rolle in der Sendung ein. Anfangs kommentiert er in circa zweiminütigen Beiträgen einen zuvor gesendeten Bericht. In späteren Ausgaben wird er immer wieder zwischendurch von Abadi nach seiner Meinung befragt. Zudem wird in losen Abständen der ironische *Putinzerpreis* an deutsche Journalist\*innen vergeben. Die Auszeichnung wird im Laufe der untersuchten Sendungen unter anderen an Julian Reichelt, Chefredakteur von *Bild-Online*, Klaus Kleber, Moderator des *Heute Journals* und David Shraven, Geschäftsführer von *Correctiv* vergeben, die alle in der Sendung für ihre Arbeit kritisiert werden. Interaktiver Bestandteil der Sendung ist die *Rohrpost*, in der Kommentare von YouTube, Twitter und Facebook gezeigt und auf sie reagiert wird. Die *Rohrpost* wird in jeder Sendung entweder am Ende oder am Anfang vorgelesen.

<sup>97</sup> Vgl. Sendung 24 „ZDF Korrespondent entdeckt Infokrieg I Özdemir will keinen Dreier“



Abbildung 4: Die Rohrpost

Durch die Sendung führt der Moderator Reza Abadi, der die Beiträge an- und abmoderiert sowie diese kommentiert. Seine Kommentare sind dabei häufig bewusst überspitzt und sollen ironisch bis lustig wirken. Ähnlich sarkastisch wird von Abadi auch immer wieder der Vorwurf der Propaganda an *RT Deutsch* kommentiert:

*„Herzlich Willkommen liebe Freunde der bösen, miesen und grauenhaften Propaganda. 451 Grad ist wieder da und ihr seid hoffentlich dabei bis zur letzten Sekunde, um auch wirkliche jeden Tropfen der Propaganda zu genießen.“<sup>98</sup>*

*„Das RT stetig wächst, [...] liegt nicht an der guten Berichterstattung, sondern nur daran, dass die Menschen in Europa sich grausamer Propaganda aussetzen wollen und das freiwillig.“<sup>99</sup>*

Der sarkastische, wiederkehrende Verweis auf den Propagandavorwurf, der RT aus Medien und Politik entgegenschlägt, erfüllt eine identitätsstiftende Funktion für die Sendung, die sich als Alternative zu medialen und politischen Eliten geriert, denen nicht getraut werden kann. Wenn diese RT als Propagandasender bezeichnen, trägt das zur Abgrenzung von ihnen bei und bestätigt in der alternativen Logik, dass RT kein Teil der medialen Elite ist. Abadi nutzt den Vorwurf geschickt zur Profilierung seiner Sendung.

98 Vgl. Sendung 17 „Correctiv – Die Facebook-Polizei im Check“

99 Vgl. Sendung 10 „Merkels Maßnahmen gegen Fake-News“

Die erste Sendung *451 Grad* wurde am 30. September 2016 auf den YouTube-Kanal von *RT Deutsch* hochgeladen. Bis zu Ende des Analysezeitraums am 30. Juni 2017 sind insgesamt 40 Sendungen im Wochenrhythmus erschienen. Einige Sendungen widmen sich nur einem bestimmten Thema wie zum Beispiel Sendung 15, die sich ausschließlich der US-Militärbasis in Ramstein und ihrer Rolle im US-amerikanischen Drohnenkrieg widmet sowie die 40. Folge zum G20-Gipfel in Hamburg. Die meisten Sendungen decken jedoch mehrere Themen ab. Diese lassen sich grob in die Themencluster Sahara Wagenknecht, AfD, Angela Merkel, Etablierte Parteien, Bundeswehr, USA, NATO, Russland in den Medien, Leitmedien Print, Adressierung des Propaganda-Vorwurfs, Öffentlich-Rechtliche Medien, Syrien sowie Jemen gliedern. Als Themencluster gelten alle Themen, die mehr als drei Mal Inhalt eines Beitrags waren. Die Zuordnung eines Beitrags zu einem Cluster erfolgte nach dessen hauptsächlichen Inhalt. Als Beispiel: Wenn ein besprochener Beitrag im *Heute Journal* zu Syrien mit einem falschen Bild ausgestrahlt wurde, dann dreht sich der Beitrag nicht inhaltlich um den Syrien-Konflikt, sondern um den Vorwurf der Verzerrung des Konflikts durch die Öffentlich-Rechtlichen und wurden dementsprechend nur diesem Cluster zugeordnet. Wenn mehrere Cluster thematisch passend waren, wurden der Beitrag doppelt zugeordnet. Wenn es um eine inhaltliche Auseinandersetzung, wie zum Beispiel die Frage geht, ob Assad Foltergefängnisse in Syrien unterhält und dafür ein ZDF-Beitrag auseinandergenommen wird, der dies behauptet, wurde er dem Thema „Syrien“ und „Öffentlich-Rechtliche Medien“ zugeordnet. Wenn es um eine inhaltliche Auseinandersetzung um den Syrien-Konflikt geht, aber nicht die Berichterstattung eines deutschen Mediums im Vordergrund steht, wurde dieser nur dem Cluster „Syrien“ zugeordnet.

Am häufigsten werden in der Medienkritik von *451 Grad* die Printmedien behandelt, insgesamt 50 Beiträge in 29 der untersuchten 40 Sendungen handeln von fehlerhaften Meldungen der Printmedien. Besonders häufig wird die Berichterstattung der *Bild-Zeitung* kritisiert. In 36 Beiträgen sind die etablierten Parteien Inhalt der Berichterstattung. An dieser Stelle rückt die medienkritische Berichterstattung von *451 Grad* in den Hintergrund und wendet sich politischen Inhalten zu. Die beiden vorgenannten Themenkomplexe sind allerdings sehr weit gefasst und sollen nur einer groben Zuordnung der Themen dienen, die im Zuge dieser Arbeit nicht intensiver behandelt werden. Sie ließen sich natürlich noch tiefer aufsplitten. Weitere Themencluster sind Sahara Wagenknecht (3), die Bundeswehr (7), der Konflikt im Jemen (5), Angela Merkel (9), die USA (34), die Alternative für Deutschland (4), die NATO (10), das Russlandbild der etablierten Medien (18), die Öffentlich-Rechtlichen Medien (43) und der Konflikt in Syrien (10). Die Kritik an den Medien nimmt also einen großen Teil der Berichterstattung ein, wie die vorgegebene Ausrichtung des Magazins auch vermuten lassen würde. Ein anderer Schwerpunkt des Magazins ist aber auch die Darstellung Russlands in den deutschen Medien. Häufig beziehen sich die Beiträge zur Berichterstattung der Mainstream-Medien auf Inhalte, die sich indirekt oder direkt auf Russland beziehen. Die direkte Kritik an der Darstellung Russlands ist im Cluster *Russlandbild der etablierten Medien* zusammengefasst. Beiträge zu Syrien, zur NATO und zur USA haben häufig einen impliziten Bezug zur russischen Politik. Insofern behandelt *RT Deutsch* häufig Inhalte, die einen Bezug zu Russland und Putin aufweisen.

Um einen Einblick zu gewinnen, wie *451 Grad* dem Anspruch der Darstellung einer Gegenöffentlichkeit gerecht wird, wurde überprüft, welche Themen sich mit denen der Mainstream-Medien decken. Als aktuelle Themen der Leitmedien werden Beiträge definiert, die in der gleichen Woche auch in der *Tagesschau* behandelt wurden. Die *Tagesschau* ist nach wie vor die meistgesehene Nachrichtensendung in Deutschland und kann daher als Bezugspunkt gewählt werden. Durchschnittlich schauen noch immer 9 Millionen Menschen jeden Tag um 20.15 Uhr die *Tagesschau* in der ARD.<sup>100</sup> In der Auflistung wurden nur Beiträge berücksichtigt, die die Nachricht auch inhaltlich aufgreifen. Dazu zählen keine Beiträge, die sich inhaltlich nur mit der Berichterstattung in den Leitmedien auseinandersetzen, aber nicht mit der Nachricht an sich. Wenn die *Tagesschau* über die Studentenproteste in Venezuela berichtet, das von *451 Grad* aufgegriffen wird, aber der Schwerpunkt des Beitrags auf der Kritik an den verwendeten Bildern der *Tagesschau* liegt, wurde das nicht als tagesaktuelle Nachricht gewertet, da die eigentliche Nachricht an sich nicht auf den politischen Vorgängen in Venezuela liegt und die Initiative für *451 Grad* darüber zu berichten, offensichtlich die Berichterstattung in der ARD war. Insgesamt deckten sich 26 Beiträge in 19 Sendungen mit Nachrichten in der *Tagesschau* der gleichen Woche. Es lässt sich feststellen, dass *451 Grad* tatsächlich viele alternative Informationen sendet und signifikant andere Schwerpunkte setzt als die *Tagesschau*.

Für einige Themen, die in der Sendung aufgegriffen werden, lassen sich aktuelle Aufhänger identifizieren. Wenn zum Beispiel ein Zeitungsartikel oder Fernsehbeitrag zur NATO oder zur Rolle Russlands im aktuellen Syrien-Konflikt kritisiert werden, nutzt *451 Grad* dies als Überleitung zur ihrem Beitrag zur Aufrüstung der NATO im Baltikum oder um über die Zerstörung von Mossul durch die USA zu berichten.<sup>101</sup> Damit bieten sie eine alternative Interpretation der Schlagzeilen an, die sie zuvor kritisierten. Die Gegenöffentlichkeit wird folglich nicht nur über andere Themen hergestellt, die aufgegriffen werden, sondern auch über die alternative Interpretation politischer Vorgänge.

Ein dritter Themenblock findet im Prinzip außerhalb des Mainstream-Nachrichtenzyklus statt und kann eher als Informationsblock zu wochenunabhängigen Nachrichten betrachtet werden. Dazu gehören zum Beispiel die Rubriken *Geschwätz von Gestern* und *Schwarz/Weiß*. Erstere impliziert bereits im Namen, dass es sich hier vor allem um Themen dreht, die nicht mehr regelmäßig in den Nachrichten auftauchen. Diese Rubrik nutzt *451 Grad*, um immer wieder auch länger zurückliegende Themen zu platzieren, wie zum Beispiel kriegerische Interventionen der USA im 20. Jahrhundert. Insgesamt lässt sich feststellen, dass *451 Grad* dem Anspruch den *RT Deutsch* auf der eigenen Webseite formuliert hat, eine Gegenöffentlichkeit zu den klassischen Mainstream-Medien zu bieten, gerecht wird. Der große Anteil an Beiträgen findet im Mainstream nicht statt. Wenn *451 Grad* klassische Zeitungsmeldungen aufgreift, dann um die

Berichterstattung zu kritisieren und alternative Interpretationen des Sachverhalts anzubieten. Einige Meldungen, die RT prominent platziert, tauchen in der klassischen *Tagesschau* aber auch nicht auf, weil sie schlichtweg nicht aktuell sind. Hier ist es natürlich auch wichtig zu berücksichtigen, dass sich *451 Grad*

100 Breunig/Van Eimeren 2015: 505

101 Vgl. Sendung 19 und Sendung 20

nicht als eine klassische Nachrichtensendung versteht, sondern als wöchentlicher Rückblick und Korrektiv für die Medien.

*„Hört euch auch die andere Seite an. Von der Pluralität der Medienwelt lebt der Funke Wahrheit, der dann doch mal übergeht in die Welt.“*

Mit diesem Schlusswort an seine Zuschauer\*innen beendet der Moderator die Sendung. *451 Grad* wiederholt damit seinen Anspruch sich selbst wieder als Gegenstück der etablierten Medien in Deutschland, die die gesamte „Wahrheit“ der Nachrichten nicht abdecken können. Mit der Kritik an den Mainstream-Medien in Deutschland versichert sich *RT Deutsch*, einen wichtigen Beitrag zu einer vielfältigen Medienlandschaft zu leisten. Es findet keine Differenzierung mehr zwischen unterschiedlichen politischen Ausrichtungen etablierter Medien statt. Sie sind alle Teil der einen Seite, die einseitig berichtet und als dessen Alternative sich RT betrachtet.

### **4.3 Beispiele der Aufbereitung**

Häufig auftretende Themen bei *451 Grad* sind eine kritische Betrachtung der NATO, die imperialistische Politik der USA, die Berichterstattung über Russland und Putin in den deutschen Medien sowie die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Deutschland. Wie *451 Grad* im Zuge dieser thematischen Einteilung Kritik übt, wird im Folgenden betrachtet.

#### **4.3.1 NATO**

Die NATO ist in insgesamt zehn Beiträgen in neun Sendungen Thema bei *451 Grad*. Sieben Beiträge handeln dabei von der NATO als Aggressor und Provokateur gegenüber Russland. In einem Beispiel aus der Sendung 16 vom 13.01.2017, in der es um die im Zuge der Operation *Atlantic Resolve* beschriebene Truppenbewegung des US-Militärs und der NATO ins Baltikum geht, negiert Moderator Abadi einerseits jede Kritik an Russland als das Fehlen politischen Verständnisses sowie jede historische Verbindung zwischen Russland und dem Baltikum, und dessen Sorgen nach der russischen Krim-Annexion:

*„Mich erinnert das Ganze an Kriegsvorbereitungen im Sinne des Kalten Krieges. Man spricht von Provokation, wenn Russland an seinen Grenzen Militärübungen fährt. Aber warum wundert das eigentlich auch nur einen einzigen Menschen, dass Russland Drills fährt? Vielleicht, weil die Medien nicht darüber berichten, dass nach Bremerhaven soviel verschifft worden wird...ist, wie auch immer. Die NATO rückt nämlich immer weiter an Russland heran. Jetzt verlagert man sogar, wie ich schon sagte, die Truppen direkt an die russische Grenze. Die Truppenbewegung der USA, die ja eigentlich nicht relevant sind, gehen direkt in die baltischen Staaten, also an Russlands direkte Nachbarstaaten.[...] [ironisch] Aber der Aggressor ist ja Putin. Der will*

*schließlich in die baltischen Staaten einmarschieren. Was, wenn man auch nur den Hauch eines politischen Verständnis hat, überhaupt keinen Sinn für Putin macht. Der Kosten-Nutzen-Faktor sollte Putin in die baltischen Länder, also NATO-Staaten einfallen, wäre so negativ und sinnlos für Russland, dass es ja schon eine Beleidigung für Putin ist, ihn das zuzumuten.[...] Weder hat Russland in den baltischen Staaten Militärstützpunkte wie auf der Krim, noch hat Russland eine vergleichbar historische Verbindung wie zur Krim.“<sup>102</sup>*

Es geht an dieser Stelle nicht darum, die Truppenbewegung der NATO und der USA zu rechtfertigen, sondern die Art und Weise darzustellen, wie *451 Grad* die eigene Kritik vorträgt. Zu leugnen, dass es eine historische Verbindung zwischen Russland und den baltischen Staaten gibt, in denen nach wie vor eine große russische Minderheit lebt, ist schlichtweg falsch und trägt zu einer einseitigen Berichterstattung über die NATO bei, die so scheinbar grundlos Putin provoziert und ihn so zum Handeln zwingt. Abadi nimmt mit seinen Kommentare ein klar ablehnende Haltung gegenüber der NATO ein und sieht sie in der Rolle des alleinigen Aggressors.

### **4.3.2 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk**

Die kritische Betrachtung öffentlich-rechtlicher Programme ist fester Bestandteil der Sendung. Insgesamt in 29 der 40 untersuchten Sendungen waren beitragsfinanzierte Sendungen Thema in *451 Grad*. 46 Beiträge drehten sich um die falsche bzw. verzerrte Darstellung der Nachrichten bei ARD, ZDF oder den Dritten Programmen. Die Kritik bezog sich in 18 Fällen auf einen inhaltlich falschen Beitrag. In 12 Fällen wurde der Inhalt nicht als per se falsch dargestellt, sondern das Framing der Nachrichten kritisiert. Dazu gehören Beiträge, die zum Beispiel kritisieren, dass bei der US-amerikanischen geführten Offensive auf Mossul gegen den IS von der „*Befreiung von Mossul*“ berichtet wird, während die Angriffe der russisch-syrischen Truppen in Syrien als kriegerische Handlungen gerahmt werden<sup>103</sup>. Insgesamt 6 Beiträge drehten sich um den Elitenbegriff in den Leitmedien, der von *451 Grad* kritisiert wird. Weitere 7 Beiträge hatten diverse unterschiedlichen Inhalte, die unter *Sonstiges* zusammengefasst wurden.

Der unterschwellige Vorwurf der vorsätzlichen Verzerrung und Auslassung sowie die latente Anti-Putin-Haltung der deutschen Medien schwingt in der Moderation Abadis regelmäßig mit:

*„Fehler können passieren, aber es ist schon erstaunlich, wie oft und gezielt diese geschehen.“<sup>104</sup>*  
und *„Es ist schon erschreckend, wie viele Journalisten in Deutschland derzeit einen Sündenbock in Putin suchen und finden.“<sup>105</sup>*

102 Vgl. Sendung 16 „Deutschland: Aufmarschgebiet für US-Truppen“

103 Vgl. Sendung 4 „Gute Bomben, Böse Bomben“

104 Vgl. Sendung 6 „Ein Plan, der funktioniert?“

105 Vgl. Sendung 8 „Eliten in der deutschen Presse“

Das Misstrauen gegenüber den sogenannten Leitmedien mündet bei *451 Grad* in eine anti-elitäre Haltung gegenüber Journalist\*innen des Establishment, insbesondere gegenüber Journalist\*innen, die für die gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten arbeiten:

*„Aber liebe Frau Merkel, solange die Köpfe der öffentlich-rechtlichen Medien davon ausgehen, sie seien etwas Besseres, Elite oder sonst was, gilt es auch dieses elitäre Machtgehabe [...] zu regulieren und zu bekämpfen.“<sup>106</sup>*

In Sendung 8 widmet sich *451 Grad* der Journalistin Annette Riedel vom Deutschlandradio, die am Ende des Presseclubs vom 16.11.2016 die Zugehörigkeit von Journalist\*innen zur Elite kommentiert. Abadi moderiert den Beitrag an:

*„Ich persönlich halte die Elite-Diskussion für sehr gefährlich. Aber wenn Kollegen jetzt offen über ihre elitäre Position in der Gesellschaft sprechen, dann wird es wirklich grotesk:“*



Abbildung 5: „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

Der Ausschnitt aus dem Presseclub wird eingespielt:

Anette Riedel im Presseclub vom 13.11.2016: *„Ich glaube nicht, dass wir zu eng am Politikbetrieb dran sind. Ich glaube schon, dass jedenfalls die seriösen, informationsorientierten Medien – und ich glaube, alle die wir hier am Tisch sitzen, würden das für uns in Anspruch nehmen – das schon tun, auch mit Distanz. Ich glaub, das Problem ist eher*

106 Vgl. Sendung 10 „Merkels Maßnahmen gegen Fake-News“

*ein strukturelles. Natürlich sind wir Elite. Wir sind es einfach. Wir sind hochgradig gebildet. Wir haben einen Lebensstandard [...], wo man jetzt nicht unbedingt bedroht ist durch Entwicklungen der Globalisierung.*

Moderator Presseclub: *Aber haben wir nicht eine Vermittlungsfunktion? Genau die Sorgen der Menschen, die nicht zur Elite gehören, die nicht privilegiert sind gleichermaßen abzubilden?*

AR: *Ja, wenn wir das in unseren Medien tun und wir tun es, dann wird es natürlich wieder rezipiert, ist das Publikum wieder....ein Stück weit, hat es was Selbstreferenzielles.*

*[Gäste reden durcheinander. Moderator unterbricht, um Sendung abzumoderieren]*

Moderator: *Da hab ich jetzt aber ein Thema aufgemacht. Es endet mit einer selbstkritisches Reflexion, denn nichts ist wichtiger im Fernsehen als die Sendezeit.“*

Nach dem Ende des Beitrags kommentiert Abadi wie gewohnt das Snippet und blendet dabei noch einmal Ausschnitte aus den Kommentaren von Annette Riedel ein:

Abadi: *„Denn nichts ist wichtiger im Fernsehen als die Sendezeit, dann brauchen wir uns um den Inhalt ja keine Sorgen machen. [...] Annette Riedel, so heißt My Lady, ist eine Journalistin der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt Deutschlandradio.“*

Einblendung Annette Riedel: *„Wir sind es einfach. Wir sind hochgradig gebildet.“*

Abadi: *„Sie sind es einfach.“*

Einblendung Annette Riedel: *„Nehme ich einfach mal an. Und Sie...“*

Abadi: *„Und Sie und Sie und Sie und Sie. Also die Frau scheint wirklich...also ich hoffe, sie hat nichts genommen. Aber wir sind ja beim Deutschlandradio, da ist das verboten. Also ich bin jedenfalls auch Akademiker. Mein Gehalt wird jetzt nicht mit Annettes elitären öffentlich-rechtlichen Lohn mithalten können, aber wenn ich jetzt bei einem seriösen Medium arbeiten würde, wäre ich wohl laut Annette Riedel Nachwuchselite. Mit dieser Meinung steht my Lady aber nicht alleine da. Jan Fleischhauer, einer der bekanntesten Autoren des Spiegel-Magazins und Spiegel Online steht auch eindeutig zu seiner privilegierten Position:“*



Abbildung 6 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

„Jan Fleischhauer zählt aber auch neben seiner Person Politiker zur Elite:“

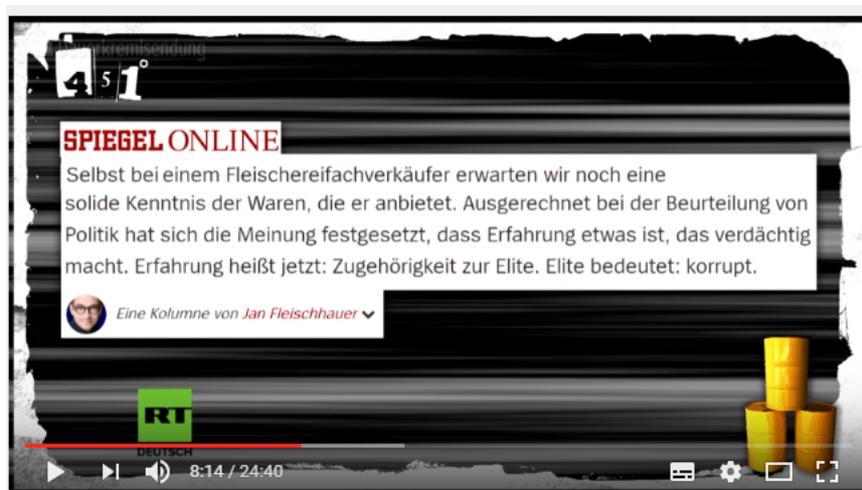


Abbildung 7 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

„Also versucht der Janni jetzt wirklich Politiker mit Fleischerei-Fachverkäufern zu vergleichen? Das erklärt alles zum Weltbild eines Fleischhauers. Fleischhauer. Wollen wir mal nicht so sein und lassen uns auf den Vergleich sein. Versuchen wir mal die etablierten Politiker-Kreise mit Fleischern zu vergleichen. Nach den ganzen Gammelfleisch-Skandalen der letzten Jahre und davon gab es bei den etablierten Großmetzgereien viele, schauen die Menschen einfach genauer hin.“



Abbildung 8 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

„In der Folge müssen Großmetzgereien schließen. Das bedeutet nicht, dass die Menschen kein Fleisch mehr wollen. Man sucht sich allerdings neue innovative Fleischer. Innovation besteht allerdings manchmal darin, alte Werte neu zu interpretieren.“



Abbildung 9 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

„Der gläserne Fleischer ist der aktuelle Trend. Der kleine moderne Fleischereibetrieb von nebenan liegt im Trend und nicht der Discounter. Umso transparenter, umso besser. Egal wie erfahren ein Fleischer ist, wenn er jahrelang Gammelfleisch verkauft, muss er den Laden dichtmachen, lieber Janni.“



Abbildung 10 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“

*Und die Erfahrung, die Erfahrung macht einen Politiker nicht verdächtig. Höchstens schlechte Erfahrungen der letzten Jahre mit dem Politiker machen ihn verdächtig. Nicht verdächtig, der Elite anzugehören, sondern verdächtig unfähig zu sein, das Volk zu vertreten.“*

Die „Journalist\*innen der Elite“ und die des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind also ein klares Feindbild bei *451 Grad*, dass es zu „bekämpfen“ gilt und als dessen Alternative sich Abadi positioniert.

*„Die Elite. Der Adel hat sich das Volk zu den Leibeigenen gemacht. Das könnte man zu mindestens meinen, wenn man sich den ein oder anderen Kollegen in den Medien anschaut. Was früher der Großgrundbesitzer war, scheint heute der Verleger oder der öffentlich-rechtliche Journalist in der Chefetage zu sein.“<sup>107</sup>*

Die anti-elitäre Haltung spiegelt sich auch wider, wenn der *Kommissar von O'burg* die „Macht-Ideologie der bürgerlichen Presse“ beschreibt:

*„Du siehst, die hat die Macht in der Hand, sie hat die Macht.“<sup>108</sup>*

Die Macht der Presse sieht er in der engen Verflechtung zwischen Journalist\*innen und Akteur\*innen der Politik, die zu einer gegenseitigen Unterstützung führt. Die Elite der Journalist\*innen verbündet sich mit der Elite der Politiker\*innen, um deren Wahrheiten zu transportieren. Somit können die Journalist\*innen des Establishment gar nicht unabhängig berichten, sondern täuschen die Bürger\*innen mit ihrer „Wahrheit“.

Dass die Verflechtung zwischen Politiker\*innen und Journalist\*innen durchaus zu einer Beeinflussung führen kann, untersuchte der Medienforscher Uwe Krüger in seiner Dissertation. Er überprüfte, inwiefern

107 Vgl. Sendung 8 „Eliten in der deutschen Presse“

108 Vgl. Sendung 13 „Terror in Berlin und die russische Bedrohung“

mediale Eliten in ihren Meinungen die Deutungen der politischen Akteur\*innen, über die sie eigentlich kritisch berichten sollen, übernehmen, mit ihnen ein einflussreiches Netzwerk bilden und so zu einer Einseitigkeit der Meinungen in der Berichterstattung in Deutschland beitragen sowie in der Lage sind ihre partikularen Interessen gegen die Mehrheitsinteressen in der Gesellschaft durchzusetzen.<sup>109</sup> Er untersuchte dafür die Netzwerke dieser sogenannten journalistischen Eliten, die neben ihrer Arbeit als Vierte Gewalt über Mitgliedschaften in Organisationen und Think Tanks eine starke Nähe mit politischen Akteur\*innen aufbauen, die eigentlich Subjekt ihrer Kritik sein sollten und ob sie dadurch von politischen Eliten kognitiv vereinnahmt werden. Zu diesen Organisationen gehören unter anderem die Atlantikbrücke und die Münchener Sicherheitskonferenz, über die Journalist\*innen großer deutscher Printmedien berichten, obwohl sie gleichzeitig Mitglied sind. Krüger resümierte eine Korrelation zwischen Mitgliedschaften und wohlwollender Berichterstattung über sicherheitspolitische Themen sowie eine „*unkritische bis persuasive*“<sup>110</sup> Berichterstattung über US- und NATO-nahe Organisationen. Allerdings lässt sich daraus kein kausaler Zusammenhang ableiten, da nicht klar ist, ob die Journalist\*innen von FAZ, Zeit, Welt und Süddeutsche diese politische Einstellung schon vor ihrer Mitgliedschaft hatten und nicht die Organisationen ihre Berichterstattung kognitiv beeinflussen. Die Journalist\*innen in Deutschland sind zudem in Bezug auf ihre soziale und geographische Herkunft sowie Bildung eine recht homogene Gruppe, die schon aufgrund ihrer ähnlichen Sozialisation zu ähnlichen Meinungen und Einstellungen neigen könnte.

Die Kritik an inhaltlichen Fehlern und am Framing der öffentlich-rechtlichen Sender betraf in nahezu allen Fällen Nachrichten, die sich um den Konflikt in Syrien, das Militärbündnis NATO oder Russland drehten. Innerhalb dieser Themenblöcke wird den öffentlich-rechtlichen Programmen von *451 Grad* keine unabhängige Berichterstattung mehr zugetraut. Zudem schwingt immer wieder der Vorwurf mit, dass die Journalist\*innen der Öffentlich-Rechtlichen diese Nachrichten bewusst verzerren würden, um die „westliche Welt“ positiv und Russland und seine Verbündeten negativ darzustellen. Bei *451 Grad* wird dieser Vorwurf im Prinzip ins Gegenteil verkehrt. Durch den Eindruck, der gelenkten, unwahren Berichterstattung über Russland wird in der Sendung ein positives, unhinterfragtes Gegenbild erzeugt, dass die USA, die NATO und die Bundeswehr als einen einseitigen von den deutschen Medien unterstützten Aggressor darstellt. Zudem suggeriert die Themenwahl und Darstellung einer einseitigen, russlandfeindlichen Berichterstattung der Leitmedien ein im Blockdenken des Kalten Krieges feststeckendes Weltbild. Über die Kritik an der Darstellung Russlands und den aktuellen Konflikten in Syrien und im Jemen, werden Feind- und Freundbilder reproduziert und über die Kritik an der einseitigen Darstellung der öffentlich-rechtlichen Programme von *451 Grad* ebenfalls einseitig rezipiert.

109 Krüger 2013: 90

110 Krüger 2013: 165

### 4.3.3 Die USA

Beiträge, die sich hauptsächlich mit der USA beschäftigen, kommen in insgesamt 23 Sendungen vor. Die Hälfte der insgesamt 34 Beiträge beschäftigt sich mit politischen Interventionen oder militärischen Handlungen, an denen die Vereinigten Staaten jemals beteiligt waren. In insgesamt drei unterschiedlichen Sendungen erfolgt eine Auflistung der Kriege, die von den Amerikanern in den letzten 100 Jahren geführt wurden. In Sendung 3 vom 15.10.2016 wird ein Einspieler gezeigt, der die „US Army auf Welt Tournee [sic]“ zeigt. Abadi moderiert den Beitrag an:

*„Eine kleine Erinnerungsmaßnahme von uns.“*

Danach beginnen Jahreszahlen mit Ländern durchzulaufen:



Abbildung 11: Screenshot Sendung 3: „Du sollst [nichts] ausblenden“

Der Beitrag enthält Interventionen der US-Armee, aber anders als der Titel suggeriert auch CIA-Operationen ohne militärische Beteiligung von US-Truppen sowie von der UN gebilligte militärischen Einsätze und Operationen ohne UN-Mandat. Er endet mit diesem Hinweis:



Abbildung 12 Screenshot Sendung 3: „Du sollst [nichts] ausblenden“

Gleiche Inhalte zur militärischen Intervention der USA tauchen auch in Sendung 24 und 25 auf. So werden Inhalte doppelt gezeigt. In dieser Aufzählung zählen auch Kurzbeiträge, wie zum Beispiel ein Beitrag, in der Sendung vom 05.05.2017, der eine Reisewarnung der US-amerikanischen Regierung an ihre Bürger\*innen aufgreift und diese direkt an einen Hinweis der militärischen Aggression der USA koppelt:

*„Und jetzt frage ich mich, wo die US-Amerikaner überhaupt noch in den Urlaub fliegen können. Die haben jetzt beinahe die gesamte bekannte Welt, [sic] haben sie schon Reisewarnungen ausgesprochen. Na hoffentlich wird diese auch mal neben den US-Bürgern für US-Kriegsgeräte ausgesprochen. [...] Dann sehe die Welt vermutlich anders aus.“<sup>111</sup>*

Oder ein Hinweis auf die Ankurbelung der „weltweiten Kriegsmaschinerie“ durch die Vereinigten Staaten:

*„Was aber passiert, wenn jetzt in Putin immer der Schuldige oder der Sündenbock gefunden wird, das führt dazu, dass weltweit eine Kriegsmaschinerie angekurbelt wird, ohne dass Journalisten das eigentlich wollen [Die Journalisten bezeichnen Putin als Sündenbock, Anm. d. Autorin]. Die USA haben jetzt nämlich einen der größten Kriegsgütertransporte seit Ende des Kalten Krieges durchgeführt.“<sup>112</sup>*

Ein weiteres Beispiel für den Fokus auf die USA als Kriegstreiberin ist der Beitrag über den Angriff auf eine Beerdigung im Jemen im Oktober 2016:

111 Vgl. Sendung 32 „Sexskandal bei *Correctiv* | Trump oder Kim-Jong-unBERECHENBAR | Die Akte Kohl“

112 Vgl. Sendung 16 „Deutschland: Aufmarschgebiet für US-Truppen“

„Die Sache, um die es geht, ist ganz und gar nicht witzig. Der Jemen wurde kürzlich durch einen Luftangriff auf einer Trauerfeier überschattet. Mehr als 200 Menschen starben. Ein Luftangriff von einem Alliierten der USA. Die öffentlich-rechtlichen TV-Sender haben das Thema nahezu ausgelassen. [...] Das State Department ist wahrscheinlich davon ausgegangen, dass sich auch alle anderen Nachrichtensender daran halten und keine Fragen stellen.“

Sowohl die *Tagesschau* als auch das *heute Journal* berichteten in den 20 Uhr bzw. 19 Uhr Nachrichten über den Angriff US-amerikanischer Verbündeter auf die Trauerfeier im Jemen.<sup>113</sup> Die US-amerikanische Regierung distanzierte sich am Tag nach den Anschlag von ihren saudischen Alliierten. Immerhin sind die Angaben von Abadi in diesem Fall ungenau. Zudem gab es ein überraschend deutliche Urteil US-amerikanischer Offizieller zu dem Vorfall, das als „*egregious*“<sup>114</sup> bezeichnet wurde und woraufhin die amerikanische Regierung, Teile ihrer Unterstützung für Saudi-Arabien zurückfuhr. Die Zahl der Todesopfer betrug aus unterschiedlichen Quellen wie *Aljazeera*<sup>115</sup>, *Die Zeit*<sup>116</sup> und *The Guardian*<sup>117</sup> 140 Menschen. Der Schwerpunkt Abadis liegt auf der Betonung der Schuld der USA und nicht der Saudi-arabischen Luftwaffen, die den Angriff flog und dafür auch die Verantwortung übernahm. Unabhängig von der Einschätzung der Rolle, die Amerika im Krieg in Jemen spielt, wurde der Beitrag so zugespitzt, dass er einseitiges Bild des Konflikts zeichnet mit der USA als alleinigen Schuldigen und den westlichen Medien als deren Verbündete, da sie angeblich nicht darüber berichten.

Insgesamt liegt der Fokus also auf der Darstellung der USA als Aggressor in der weltpolitischen Arena und einer negativen Darstellung ihrer interventionistischen Außenpolitik. Die Darstellung der USA ist in diesem Themenkomplex durchweg negativ. Die Darstellung bleibt einseitig, da die Themen immer aus der Perspektive einer kriegstreibenden USA aufbereitet werden.

Die restlichen 17 Beiträge zur USA handeln unter anderen von den Vorwurf der russischen Intervention im US-amerikanischen Wahlkampf, der vehement als haltlos dargestellt wird, und Donald Trump.

#### **4.3.4 Das Russlandbild in den Medien**

In insgesamt 24 Beiträgen beschäftigt sich *451 Grad* mit der Darstellung von Russland und Vladimir Putin in den deutschen Medien. Dieses Themencluster lässt sich in drei Unterthemen aufteilen. Die Berichterstattung über russische Hackerangriffe werden in vier Beiträgen kritisiert<sup>118</sup>. In elf Beiträgen ist die negative Darstellung von Vladimir Putin Thema. In neun Beiträgen werden die doppelten Standards hervorgehoben,

113 Vgl. Tagesschau am 09.10.2016

114 Vgl. Reuters.com 14.10.2016

115 Vgl. Aljazeera Online 09.10.2017

116 Vgl. Zeit Online 09.10.2016

117 Vgl. The Guardian Online 15.10.2017

118 Vgl. Sendung 5, 11, 12 und 23

die die westliche Welt an Russland anlegt, in dem sie politische Vorgänge in Russland als negativ darstellen, die es in ähnlicher Weise auch im Westen gibt und die dort weniger kritisch betrachtet werden.

Insbesondere das schlechte Image von Vladimir Putin in den deutschen Medien wird von *451 Grad* besonders häufig kritisiert, wenn es um Russland in den Medien geht. Anhand eines Beispiels aus der Kindernachrichtensendung Kakadu, die vom Deutschlandradio Kultur produziert wird, erklärt Abadi:

*„Man muss Kindern die Welt möglichst früh und zeitig näherbringen. Allerdings Kakadu hat einen Beitrag zu Putin gemacht. Und hier sollen auch die Kleinsten der Kleinen die ersten Erfahrungen mit dem Schurkenstaat Russland und dem Oberschurken Putin machen. [...] Putin ist in der Nummer sowas wie der Räuber Hotzenplotz der Politik.“<sup>119</sup>*

Der Ton des Beitrags von *451 Grad* ist aus der Radiosendung Kakadu. Die Bilder wurden von RT selber produziert:

*„Russlands Präsident führt derzeit zwei Kriege: einen in der Ukraine und einen in Syrien.“*

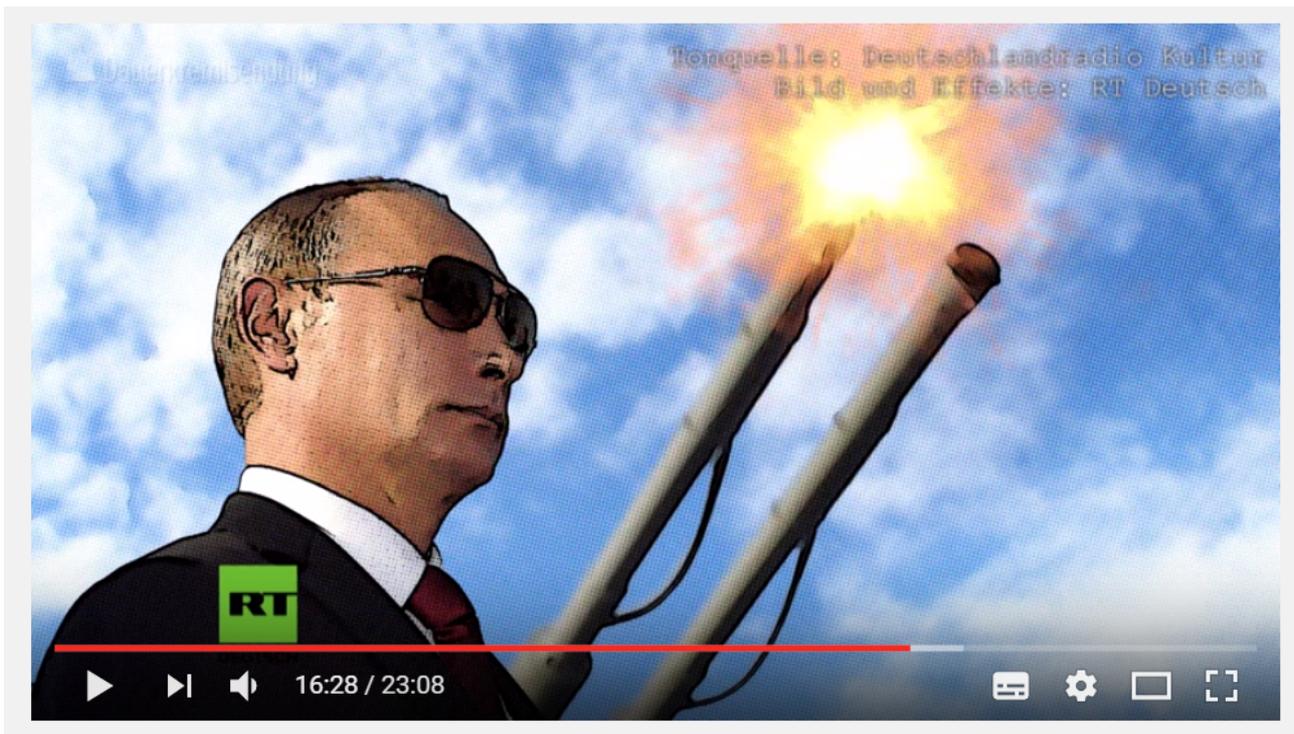


Abbildung 13: Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“

119 Vgl. Sendung 6 „Ein Plan, der funktioniert?“

*„Bundeskanzlerin Merkel und der französische Präsident Hollande wollen Putin dazu bewegen, mit beiden Kriegen aufzuhören. Das wird wahrscheinlich nicht funktionieren, weil Putin sich nicht an internationale Regeln hält.“*

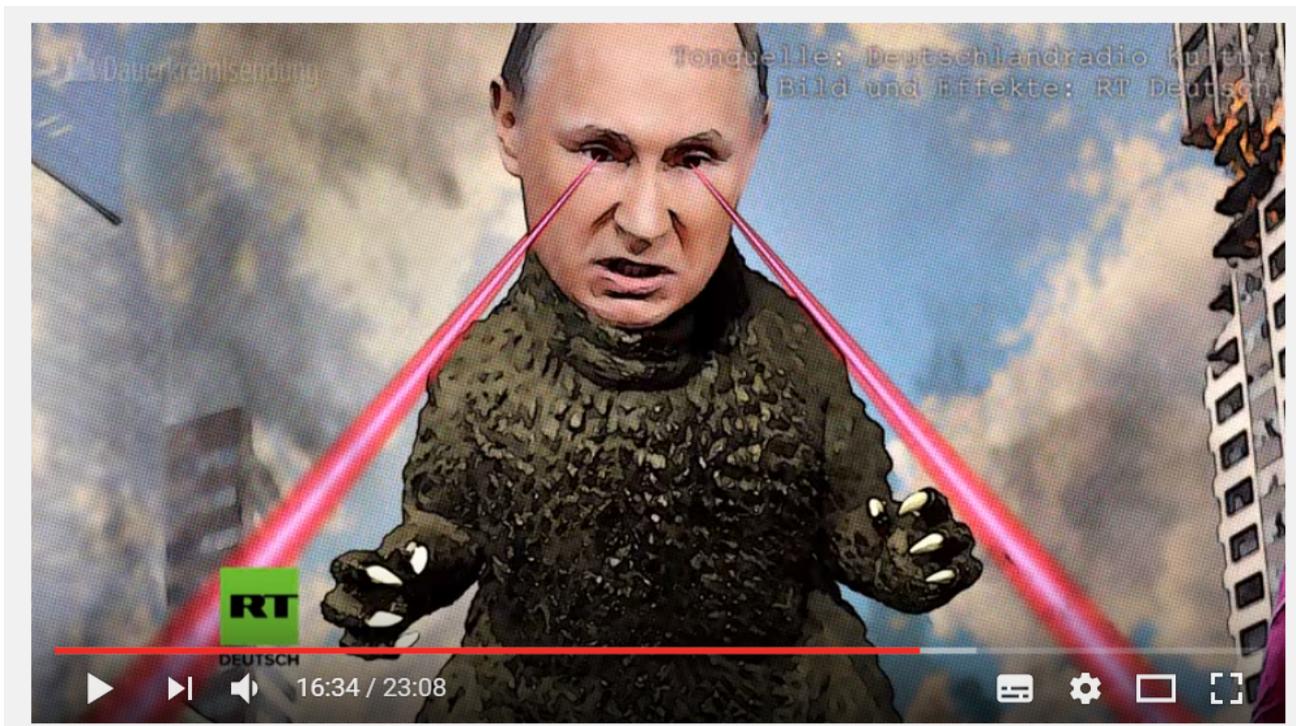


Abbildung 14 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“

*„Er ist der Ansicht, dass er den russischen Einfluss in der Welt vergrößern muss und das auch mit Krieg.“*

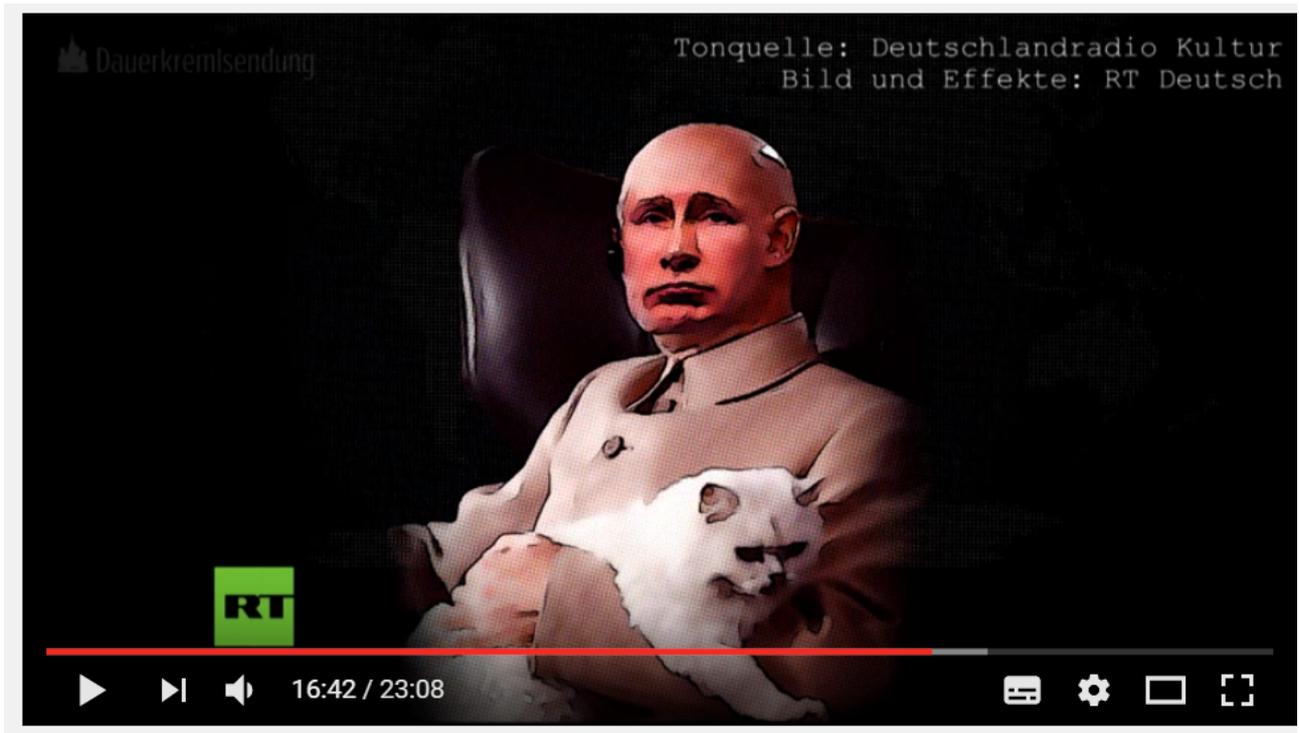


Abbildung 15 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“

*„Bundeskanzlerin Merkel und Präsident Hollande haben mehrfach gesagt, dass Putin in Syrien schwere Menschenrechtsverletzungen begeht. Die russische Luftwaffe bombardiert Krankenhäuser und Hilfskonvois der Vereinten Nationen. Deshalb fliehen viele Syrer mit ihren Familien nach Deutschland. Auch in der Ukraine kämpfen trotz eines Abkommens russische Soldaten. Wie man Putin davon abhalten kann, ist aber nicht klar. Man könnte ihn unter Druck setzen, indem man Russland bestimmte Waren nicht mehr verkauft. Das nennt man Sanktionen.“*



Abbildung 16 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“

Nach dem Beitrag erfolgt die Einordnung durch Abadi:

*„Also das sind jetzt brutale Unterstellungen. Das ist sowas wie die Bild-Zeitung für Kinder. [...] Der russische Präsident führt also zwei Kriege. Dass er als Verbündeter Assad unterstützt, ok. Aber dass er in Syrien und in der Ukraine zwei Kriege führt, solch eine Behauptung würde wahrscheinlich noch nicht einmal die Bild aufstellen. [...] Er, damit ist Putin gemeint, ist also der Ansicht, er muss, die Betonung liegt auf muss, den russischen Einfluss vergrößern. Und wenn er dafür mal eben zwei Kriege laut Deutschlandradio Kakadu anfangen muss. Ganz nach dem Motto: Was kostet die Welt? [...] Nichts davon ist bisher nachgewiesen: Weder dass die Russen Krankenhäuser und schon gar nicht, dass die Russen UN-Konvois bombardiert haben. Aber egal, sind ja Kinder, die merken sowas nicht. [...] Trotz eines Abkommens kämpfen in der Ukraine russische Soldaten. Also wenn ich den Kakadu-Mann so zuhöre, dann fang ich auch an zu glauben, dass Russland und insbesondere Putin zwei Kriege führt. Jetzt muss der Kakadu-Mann nur noch sagen, bald führt er drei Kriege, nämlich den 3. Weltkrieg und jedes Kind mach Kacka-du. [...] Liebe Kakadu-Redaktion, die Kinder trauen sich nach eurem Beitrag ja nicht mal mehr mit ihren russischen Klassenkameraden zu sprechen, weil sie befürchten diese würde deren Pausenbrot oder sonst was annektieren.“*

Abadi reagiert satirisch auf die Behauptungen in den Kindernachrichten, ohne inhaltlich zu argumentieren. Dieser Effekt wird durch die von RT unterlegten Bilder verstärkt. Dass der Beitrag der Kakadu-

Nachrichtensendung Putin und seine Politik vereinfachend darstellt, ist einerseits dem Zielpublikum geschuldet. Andererseits vermittelt der Beitrag einseitig die Kritik von Merkel und Hollande an Putin. Die Einseitigkeit, die Abadi der Sendung vorwirft, beansprucht er in der Kritik auch für sich, in dem er den Journalist\*innen der Kakadu-Kindernachrichten unterstellt, die Kinder bewusst gegen Putin zu agitieren und schließlich die Brücke zu einem möglichen 3. Weltkrieg schlägt.

Die Beiträge in diesem Themencluster behandeln die aus der Sicht von *451 Grad* unfaire, voreingenommenen Berichterstattung in den deutschen Medien über Russland und Vladimir Putin, die das Bild ins negative verzerren und Putin dämonisieren. Ähnlich wie im vorgestellten Beispiel bleibt die Kritik Abadis dabei oberflächlich und dient vor allem der Anzweiflung der journalistischen Kompetenzen, wenn sich die Nachrichten mit Russland im Allgemeinen befassen.

## 4.4 Zielgruppe

Mit der Aufmachung richtet sich *451 Grad* an ein jüngerer, YouTube-affines Publikum, das sich von den Mainstream-Medien abgewendet hat und auf der Suche nach alternativen Nachrichtenquellen ist, die durch die digitalen Angebote im Zeitalter des Internets en masse verfügbar sind. Vor allem bei den 14- bis 29-jährigen hat das Internet das Fernsehen, Radio und die Zeitung im Bezug auf den täglichen Medienkonsum hinter sich gelassen. Durchschnittlich 4 Stunden am Tag nutzen Menschen dieser Altersgruppe das Internet.<sup>120</sup>

*451 Grad* ist nur im Internet abrufbar. Der Austausch mit den User\*innen findet über Twitter-, Facebook- und YouTube-Kommentare statt, die in der Sendung von Abadi vorgelesen und häufig ironisierend beantwortet werden. Auch die teilweise lapidare Sprache Abadis richtet sich an ein jüngerer Zielpublikum:

*„Und zwar, ja klar ne, der Ulf Meier. Wir sind ja letzte Woche auf eine Kritik von YouTube-Dauer-Negativkommentierer Ulf Meier eingegangen. Jetzt hat sich Ulf Meier dazu auch geäußert [Tweet wird eingeblendet]: ‚DANKE!! ich wurde erwähnt!! ....wie schön ! ich mein Ziel erreicht. Fein.‘ Wahrscheinlich meint er damit, er **hat** sein Ziel erreicht. Aber lieber Ulf Meier, ich wünsche dir und hoffe für dich und für deine Zukunft, dass du langsam mal ein wenig hochwertigere oder höhere Lebensziele hast und auch dir selbst setzt.“<sup>121</sup>*

Die Aufmachung des Magazins und der Habitus von Moderator Abadi deuten auf eine Zuordnung zum Infotainment hin. Infotainment setzt sich aus *Information* und *Entertainment* zusammen und bezeichnet ein Medienangebot, „bei dem Rezipienten gezielt sowohl informiert als auch unterhalten werden sollen“<sup>122</sup>.

120 Breunig/Van Eimeren 2015: 516

121 Vgl. Sendung 18 „Rückt Europa nach rechts?“

122 Bentele et.al 2012: 125

Infotainment-Formate kombinieren Merkmale aus Informations- und Unterhaltungssendungen. Moderator Abadi fungiert bei *451 Grad* als Kommentator der gezeigten Informationsbeiträge, der diese zusammen mit der fiktiven Figur *Kommissar von O'Burg*, in späteren Sendung häufig auch als *Hermann* bezeichnet, als Sidekick teilweise ironisch und überspitzt kommentiert.



Abbildung 17: Screenshot Sendung 38 *Kommissar von O'burg*

Damit erfüllt er den weichen Unterhaltungsfaktor der Sendung, während die Einspieler eher informieren bzw. in Form von Ausschnitten von Nachrichtensendungen eine Vorlage für Abadis Kommentare geben. Einen *Tagesschau*-Beitrag zur Ermittlung wegen Abrechnungsbetrug vermeintlich russischer Pflegedienste vom 03.05.2017 kommentiert Abadi so:

*„Meine Güte, also, die Russen wieder. Mann, Mann, Mann. Also laut Tagesschau 230 überwiegend russische Dienste, die da das Betrügernetzwerk aufgebaut haben. Aber warum auch immer hat die Tagesschau irgendwas da falsch verstanden. Es sind nämlich nicht 230 russische Dienste, sondern laut dem Abschlussbericht 230 überwiegend russischsprachige Dienste, liebe Kollegen. Russisch und russischsprachig sind zwei vollkommen unterschiedliche Dinge, Herr Gniffke [Chefredakteur Tagesschau, Anm. der Autorin].“<sup>123</sup>*

Abadi verbindet in seinen Moderationen Inhalte mit ironischen Kommentaren und lapidarer Alltagssprache. Seine Moderationen klingen zudem frei gesprochen. Im gleichen Kontext kommentiert er einen Beitrag aus dem *heute Journal* mit Moderator Klaus Kleber so:

*„Also dass der Klaus jetzt auch sagt, russisch geprägte ist klar. Aber wir vergessen mal den Klaus, sondern die heute Sendung um 19 Uhr hatte dann doch einen vernünftigen Beitrag. [...]“*

123 Vgl. Sendung 36 „Fake News bei ARD und ZDF I Strategische EU Propaganda“

*Also abgesehen vom Klaus Kleber haben die Kollegen vom Zweiten mit einem Auge weniger, bessere Arbeit geleistet als die Kollegen vom Ersten.*“<sup>124</sup>

Zudem erinnert die Aufmachung des Studios, die Rolle des Moderators und die Positionierung von Abadi an einen dekorierten Schreibtisch an Late-Night-Talkshow-Formate. Infotainment ist insbesondere für Menschen relevant, die nur ein geringes politisches Interesse aufbringen und so politische Hintergründe auf unterhaltenden Weg konsumieren können.<sup>125</sup> Mit Abadi als Moderator werden Nachrichten persönlicher gestaltet, zur Visualisierung werden häufig schnell geschnittene Beiträge, aber auch Infografiken verwendet. Zeitungsoberschriften, die Inhalte der Sendung sind, werden neben Abadi eingeblendet. Online-Kommentare und Tweets werden ebenfalls visualisiert. Mit den verschiedenen Rubriken, die in unregelmäßiger Abfolge ausgestrahlt werden, bekommt die Sendung eine wiederkehrende, visuelle Aufbereitung. Personalisierung, Dramatisierung, Visualisierung und ein schneller Wechsel von Inhalten sind Merkmale des Infotainment.<sup>126</sup>



Abbildung 18: Einblendung Nutzer\*innenkommentare

Personalisierend wirkt die Ansprache von Abadi zu Beginn der Sendung. Er begrüßt die Zuschauer\*innen als 451-Familie, 451-Kommune oder 451-Community<sup>127</sup>. Die Sendung bezieht auch über die Mobilisierung in den sozialen Netzwerke ihre Zuschauer\*innen regelmäßig mit ein, die Botschaften selber aktiv zu verbreiten:

*„Ich kann mich natürlich dagegen wehren, wenn ihr jetzt auf die Correctiv-Seite [gemeint ist die Facebook-Seite von Correctiv.org, Anm. d. Autorin] geht und unter jeden Artikel, den die posten, einen Link zu unserer Sendung 17 macht. Ich kann euch da natürlich nicht dran*

124 Vgl. Sendung 36 „Fake News bei ARD und ZDF I Strategische EU Propaganda“

125 Bentele et.al 2012: 125

126 Ebenda

127 Vgl. Sendung 36 „Fake News bei ARD und ZDF I Strategische EU Propaganda“

hindern. Das wäre ja Zensur, wenn ich euch sagen würde, macht das nicht. Aber auffordern möchte ich euch natürlich auch nicht.“<sup>128</sup>

In Sendung 36 wird ein eigener Hashtag generiert, der die User\*innen animieren soll, unter #SpermaDieTagesschauHater zu twittern. Über die Einbeziehung der Zuschauer\*innen erfolgt eine Bindung an die Sendung.



Abbildung 19: Einblendung Artikel

RT Deutsch stößt zudem in eine von der Gesellschaft wahrgenommene Lücke seriöser Nachrichten, die mit dem Vertrauensverlust der Menschen in die sogenannten Leitmedien einhergeht. In einer repräsentativen Studie, die von Zapp in Auftrag gegeben und in Kooperation mit Infratest Dimap im Jahr 2015 durchgeführt wurde, antworteten 60 Prozent der Teilnehmer\*innen auf die Frage: „Wenn Sie einmal an die Berichterstattung der Medien über Politik und Gesellschaft denken, haben Sie da ganz allgemein sehr großes Vertrauen, großes Vertrauen, wenig Vertrauen oder gar kein Vertrauen in die Nachrichten und Informationen?“ mit „Wenig Vertrauen“ (53%) oder gar „Gar kein Vertrauen“ (7%). Ein Drittel gab zudem an, dass ihr Vertrauen in den letzten zwei Jahren gesunken sei.<sup>129</sup> 451 Grad bietet alternative Nachrichten und Informationen zum Weltgeschehen und somit potenziell diesen Menschen, deren Vertrauen in die deutschen Medien gering ist, eine Möglichkeit sich alternativ zu informieren. Diese Gruppe soll damit explizit angesprochen werden und findet bei 451 Bestätigung für ihr Misstrauen. Die kritische Auseinandersetzung mit den Nachrichten und den Framing der deutschen Medien entspricht explizit diesen Sentiment des

128 Vgl. Sendung 18 „Rückt Europa nach rechts?“

129 Infratest Dimap im Auftrag von Zapp 2012

Vertrauensverlusts. Auch der Zeitpunkt im Jahr 2014, als die Öffentlich-Rechtlichen für ihre einseitige Berichterstattung in der Ukraine in der Kritik standen, der von *RT Deutsch* gewählt wurde, um ein deutschsprachiges Programm im Internet anzubieten, entspricht dieser Strategie eine Gegenöffentlichkeit herzustellen und die Konsument\*innen abzuholen, die sich von der Berichterstattung getäuscht fühlen.

Zur Reichweite der Sendung können an dieser Stelle keine sicheren Aussagen geliefert werden. Bis jetzt erreicht *451 Grad* über den eigenen YouTube-Kanal pro Sendung durchschnittlich 30.000 Views<sup>130</sup>. Wie viele Zuschauer\*innen insgesamt jede Sendung sehen, kann über die Klickzahlen nicht mit Sicherheit gesagt werden. Dennoch kann *451 Grad* bei Weitem nicht mit der Reichweite großer deutscher Medien mithalten. Die Klickzahlen sind bis jetzt marginal.

Am meisten Klicks verzeichnet bis jetzt die Sendung 17 vom 20.01.2017, die sich vor allem mit den vermeintlichen Interessenskonflikt des Recherchenetzwerks *Correctiv* auseinandersetzt. In der Sendung werden vor allem der Geschäftsführer David Shraven und die Finanzierung des Netzwerks durch unternehmensnahe Stiftungen unter die Lupe genommen. Was hier von Moderator Abadi skandalisiert wird, sind alle Informationen, die auf der Webseite *Correctiv.org* für jedermann zugänglich sind. Shraven wird zudem vorgeworfen nicht mehr unabhängig arbeiten zu können, weil er in den Jahren 2010 bis 2014 für die Funke-Mediengruppe, als Redakteur bei der *Taz* sowie der *Süddeutschen Zeitung* und freier Journalist für *Die Welt* tätig war:

„Freier Journalist für ein Springer Medium und jetzt auf einmal freier und unabhängiger Recheur? Nehmen wir mal so hin!“<sup>131</sup>

Für Abadi ist klar, wer einmal für ein sogenanntes Mainstream-Medium gearbeitet hat, ist nicht mehr unabhängig.

Mainstream-Medien werden bei *451 Grad* nie klar umrissen, sondern eher als monolithische Masse dargestellt („Die Leitmedien/Die Mainstream-Medien“), als deren Gegenpol sich *451 Grad* geriert. Einzelne journalistische Fehler werden in der Sendung in einen größeren Kontext der gezielten Täuschung gestellt und machen so alle sogenannten Leitmedien nicht mehr vertrauenswürdig. Damit wird die Sendung für Menschen, die ihr Vertrauen in die reichweitenstarken Medien verloren haben, anschlussfähig. Denn eine Quelle von Medienverdrossenheit sind Pauschalurteile, die aus einzelnen Grenzüberschreitungen oder einem einzelnen journalistischen Fehler, die Fundamentaldiagnose manipulierender und korrupter Medien erstellen.<sup>132</sup> Die kritische Betrachtung der Medien ist zwar unabdingbar für eine funktionierende Mediendemokratie und das möchte *451 Grad* ja leisten. Problematisch ist dabei aber die Tendenz zu Generalisierung und zur Empörung, die das Beispiel zum „Skandal“ bei *Correctiv* verdeutlicht.

130 Stand 08.07.17

131 Vgl. Sendung 17 „*Correctiv* – Die Facebook-Polizei im Check“

132 Pörksen 2014

Diese Skandalisierung kann bei *451 Grad* aber auch Mittel zum Zweck sein, um die eigenen Reichweite zu erhöhen und die relevante Zielgruppe zu erreichen: Eigenständige Öffentlichkeiten fernab der herkömmlichen Massenmedien sehen sich in ihrer Erzeugung erschwerten Bedingungen gegenüber. Um eine relevante Anzahl an Konsument\*innen zu erreichen nutzen sie Methoden wie Personalisierung, Zuspitzung, Übertreibung und Dramatisierung, inhaltliche und moralische Polarisierung und der inszenierte Tabubruch.

#### 4.4.1 Überschneidung mit der sogenannten *Querfront*

Wolfgang Storz untersuchte in einer Studie aus dem Jahr 2015 die Mediennetzwerke und -akteur\*innen der sogenannten *Querfront*-Bewegung, die besonders im Internet eine leistungsfähige, crossmediale Öffentlichkeit schaffen, die sich fernab des medialen Mainstreams bewegt. Da auch RT regelmäßige Vertreter\*innen interviewt, die von Storz dem Umfeld der *Querfront* zugeordnet werden (zum Beispiel Ken Jebsen und Jürgen Elsässer), das Storz in seiner Studie als politisch-publizistisches Netzwerk jenseits des „klassischen Rechts-links-Schema“<sup>133</sup> definiert und sich ebenfalls als Medium der Gegenöffentlichkeit sieht, sind viele Erkenntnisse Storz‘ auch auf die Zielgruppe von RT anwendbar.

Die Aufbereitung der Formate sind professionell und aufwendig produziert, sodass sie vom technischen und grafischen Gesichtspunkten mit anderen journalistischen Produkten mithalten können. Strategisch agieren die Medien weniger als Teilnehmer\*in des gesellschaftlichen Diskurses, sondern setzen auf Instrumente der Agitation und Beeinflussung.<sup>134</sup> *451 Grad* setzt nicht auf inhaltliche Auseinandersetzung, sondern pauschale Ablehnung wie zum Beispiel bei Reaktionen auf den Vorwurf der Propaganda. Mit der Vorverurteilung als Verzerrer\*innen und Täuscher\*innen kann ebenso wenig eine Kritik auf Augenhöhe mit den etablierten Medien stattfinden, die ein fairen Diskurs zulässt.

Die Akteure dieser alternativen publizistischen Netzwerke zielen auf die Herstellung einer eigenständigen Medienöffentlichkeit ab, die sich als Alternative zu den klassischen Massenmedien positionieren möchte. Das Ziel ist nicht das Platzieren der eigenen Inhalte in den so genannten Leitmedien. Vielmehr trägt ihre gewollte Andersartigkeit und ihre Abgrenzung von traditionellen Medien zum Aufbau ihrer eigenen Identität und ihrer Popularität bei.<sup>135</sup>

Die Netzwerk-Akteur\*innen der *Querfront* bilden eine heterogene Gruppe unterschiedlicher politischer Herkunft und Sozialisation. Sie einen jedoch grundsätzliche Haltungen und Einstellungen, die meistens von offiziell-öffentlichen Standpunkten abweichen und der Konstruktion einer klaren Abgrenzung und eines eindeutigen Gegenübers dient. Ungeachtet unterschiedlicher Einschätzungen Einzelner existiert eine breites Fundament an Bewertungen und Deutungsmustern, die die Akteur\*innen des Netzwerks zusammenhält. Die Zielgruppe von *451 Grad* wird so zum Beispiel eine negative Einstellung gegenüber den Vereinigten Staaten,

133 Storz 2015: 6

134 Ebenda

135 Storz 2015: 26

das Bild einer imperialistischen USA und eine pauschale Ablehnung der NATO-Mitgliedschaft Deutschlands sowie ein großes Misstrauen gegenüber medialen Eliten einen.

Umfragen zu Einstellungen in der Bevölkerung zu Massenmedien zeigen, dass die transportierten Werte in der Bevölkerung anschlussfähig sind und den Netzwerk-Akteur\*innen einen stabilen Platz in der öffentlichen Meinung sichern. Jedoch werden sie in der öffentlich-offiziellen Kommunikation weiterhin marginalisiert, da ihre Deutungsmuster häufig im scharfen Widerspruch zu „*Haltungen, Handlungen und Werten der operativ handelnden Politik und der die Öffentlichkeit prägenden Massenmedien stehen*“<sup>136</sup>. Außer AfD und Linken-Politiker\*innen folgt keiner der Einladung von RT, wie Abadi in Sendung 17 feststellt:

*„Wir fragen Politiker aller Parteien an. Die meisten SPD, CDU, Grünen-Politiker wollen nicht mit uns sprechen. Das hat vielleicht damit zu tun: Zum Beispiel war Sahra Wagenknecht vor kurzem bei RT und sie wurde völlig fertig gemacht, warum sie denn mit den Russen, mit den Propaganda-Machern spricht. Da wundert es wirklich nicht, warum die SPD und die CDU Leute nicht zu uns kommen.“*<sup>137</sup>

Ob das aber neben einer politischen Ablehnung und Kritik auch an den niedrigen Zuschauer\*innenzahlen und damit einhergehenden fehlenden Relevanz für Politiker\*innen und ihrer Kommunikation liegt, lässt sich nur vermuten. Gleichzeitig findet über die Marginalisierung durch große Medien und Politiker\*innen der identitätsstiftende Moment als Medium der Gegenöffentlichkeit erst statt.

Storz stellt in seiner Studie zudem fest, dass das wachsende Publikum der alternativen Medienakteur\*innen die klassischen Massenmedien jedoch immer wieder auch zu einer Auseinandersetzung mit ihnen zwingt. Die Art der Berichterstattung ist jedoch herablassend und banalisierend und findet nicht auf Augenhöhe statt. *RT Deutsch* sah sich von Beginn an seitens etablierter Medien mit dem Vorwurf der Propaganda konfrontiert. Unabhängig von der Richtigkeit dieses Vorwurfs wurde damit einerseits die Stellung von RT als alternatives Medium bestätigt, andererseits jede Art von seriöser, ernstzunehmender Berichterstattung durch RT von den klassischen Medien ausgeschlossen.

Die Akteur\*innen des Netzwerks sind in der Lage durch crossmediale Angebote, die technisch und handwerklich mit den Produktionen traditioneller Medien mithalten können, ihre eigenen Deutungsmuster, die sich klar von den Mainstream abgrenzen, ein stabiles Publikum erreichen. Auch wenn diese Gegenöffentlichkeit noch einen begrenzten Kreis an Menschen erreicht, bietet sie viele Anknüpfungspunkte für aktuelle gesellschaftliche Bewegungen und erreicht Menschen aus vielen unterschiedlichen Milieus.<sup>138</sup>

136 Storz 2015: 32

137 Vgl. Sendung 17 „*Correctiv – Die Facebook-Polizei im Check*“

138 Storz 2015: 33

Die Erkenntnisse von Storz wurden teilweise kritisch rezipiert<sup>139</sup>. Die empirische Basis seiner Arbeit ist relativ klein, seine Ergebnisse daher nur bedingt aussagekräftig. Den Ausgang der Analyse bietet für Storz der Status Quo der medialen Berichterstattung, der von ihm nicht kritisch hinterfragt und als Normalzustand angenommen wird. Wenn die Arbeitsweise etablierter Medien per se als Norm vorausgesetzt werden, kann die Arbeit alternativer Medien nur marginalisiert werden, anstatt ihnen das Füllen einer durch den Mainstream hinterlassenen Informationslücke zu Gute zu halten. Unabhängig von der negativen Einschätzung, die Storz über die Arbeit der alternativen Netzwerke trifft, definieren sich diese selber als Gegenöffentlichkeit zu den Mainstream-Medien als Norm. Somit ist es vertretbar diese für die Analyse der Charakters der alternativen Medien zu nutzen.

## 4.5 Die Gegenöffentlichkeit

RT positioniert sich im Selbstverständnis und inhaltlich als ein alternatives Medium der Gegenöffentlichkeit gegen die etablierten Medien und die anti-russische Haltung der gesellschaftlichen Eliten. Die Proklamation, Einforderung und Praktizierung von Gegenöffentlichkeit geschieht immer aus dem gesellschaftlich Rand heraus und formiert sich durch alternative Medien, die in Differenz zu den als Mainstream markierten etablierten Medien agiert.<sup>140</sup> Diese Notwendigkeit ergibt sich aus den Ausschlussmechanismen der Öffentlichkeit, die auch über die Medien transportiert werden. Laut Noam Chomsky grenzen Medien in der Herstellung eines gesellschaftlichen Konsens Positionen aus und bildet nicht alle möglichen Meinungen ab. Das führt laut Chomsky dazu, dass das, was medial als Konsens der Gesellschaft präsentiert wird, tatsächlich nur die Elite von Staat und Wirtschaft abbildet, nicht aber die Öffentlichkeit als Ganzes.<sup>141</sup> Die Nicht-Thematisierung bzw. Marginalisierung von Positionen sozialer Bewegungen oder Gruppen in den Medien führt daher zu einem Bedarf dieser an einer Gegenöffentlichkeit, in der sie ihre Inhalte transportieren können.

Gegenöffentlichkeit wird von Armin Scholl wie folgt definiert:

*„Gegenöffentlichkeit kann damit definiert werden als die Thematisierung und der Diskurs von Informationen und Meinungen, die in den etablierten Massenmedien unterbleiben oder*

*unterdrückt werden. Der Dissens zur Öffentlichkeit wird insofern zur Dissidenz, weil hiermit eine autonome, authentische Sphäre geschaffen wird, die den politischen, ökonomischen, rechtlichen, professionellen Regeln der journalistischen Herstellung von Öffentlichkeit nicht mehr folgen will.“<sup>142</sup>*

139 Vgl. z.B. Telepolis 26.08.2015, Taz.de 11.01.2017

140 Scholl 2009: 84

141 Chomsky 2003: 123

142 Scholl 2009 : 89

Zur Herstellung dieser Gegenöffentlichkeit nutzen die marginalisierten Gruppen alternative Medien. RT ist zwar einerseits ein russischer Auslandssender, andererseits zielt er auf eine gesellschaftlich Gruppe in Deutschland, die sich durch die etablierten Medien nicht mehr repräsentiert fühlt und sie als fest in das Herrschaftssystem eingebundene Meinungsmacher\*innen versteht. Der Vorwurf an die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, Putins Russland als Sündenbock zu nutzen, um über Versäumnisse anderer Regierungen hinwegzutäuschen, führt zu dem Bedürfnis eines Mediums, das die voreingenommenen Narrative dieser Medien aufdeckt und thematisiert.

*„Alternative Publizistik entsteht aufgrund permanenter Enttäuschung über fortgesetzten Etikettenschwindel im großen Stil.“<sup>143</sup>*

In diesem Sinne kann Gegenöffentlichkeit als eine für die Demokratie positive Kraft gelten, die als Korrektiv von Öffentlichkeit fungiert. Jedoch kann Gegenöffentlichkeit auch eine andere Funktion erfüllen, nämlich die Darstellung eigener Interessen und Positionen, die keine normative Funktion für das Entstehen einer Öffentlichkeit erfüllt, sondern viel mehr ausschließlich eigenen Interessen verpflichtet ist.<sup>144</sup> Der Antrieb für die Publikation ist dann nicht mehr die Richtigstellung vermeintlicher Desinformation oder alternatives Agenda-Setting, sondern reines Mittel zum Selbstzweck.

Die Gegenöffentlichkeit und Öffentlichkeit sind nicht hermetisch voneinander abgeschottet. Sie beeinflussen sich in einem dynamischen Verhältnis gegenseitig. Schließlich erfolgt die Abgrenzung ja über die inhaltliche Auseinandersetzung mit der anderen Seite, die Alternative ist relativ zum Etablierten. Zudem findet der Diskurs der Gegenöffentlichkeit innerhalb der Gesellschaft statt, die gleichzeitig Ziel des Protests ist und gegen die opponiert wird. Ebenso besteht der alternative Journalismus in einer Ablehnung der etablierten Journalist\*innen und ihrer Arbeitsweise und gleichzeitig der Übernahme der professionellen Regeln letzterer, nämlich der Recherche, Aufdeckung und Kritik an Missständen. *451 Grad* versteht sich als Korrektiv für die aus ihrer Sicht verzerrte Berichterstattung der etablierten Medien, die sich an die Regel der Objektivität nicht mehr halten.

Im Unterschied zu vielen anderen alternativen Medien verfügt RT über ökonomische Möglichkeiten, die es erlauben, die eigene Identität zu bewahren und keinen finanziellen Druck ausgesetzt zu sein, sich den von ihnen kritisierten Spielregeln eventuell anpassen zu müssen. Sie sind zum Beispiel weniger abhängig von Anzeigen, die auf ihrer Seite zur Finanzierung geschaltet werden. Das Internet hat nach der Hochzeit alternativer Medien in den 70er und 80er Jahren erneut einen Korridor für die Entstehung gegen-öffentlicher Publikationen geöffnet, der weniger kostenintensiv ist, als andere Publikationsformen und wo Chancen der Vernetzung der Gegenöffentlichkeit wesentlich höher sind, wie Storz anhand der *Querfront* in seiner Untersuchung zeigt.

143 Westerbarkey 1991: 191

144 Scholl 2009: 86

RT ist ein alternatives Medium, das ein Segment in Teilen der deutschen Gesellschaft bedient, die sich offensichtlich nach einer gegen-öffentlichen Berichterstattung sehnen. Dennoch ist das Medium an sich nicht aus dieser sozialen Bewegung entstanden und stellt somit ein Sonderfall eines alternativen Mediums dar. Strategisch ist es ein Instrument russischer Außenpolitik, das aus der politischen Überlegung des Kremls entstanden ist, aber dennoch in Deutschland eine spezielle Zielgruppe bedient, die sich von der Öffentlichkeit marginalisiert sieht.

## 4.6 Zusammenfassung

Im Selbstverständnis von *451 Grad* positioniert sich die Sendung als Alternative zu den etablierten Medien in Deutschland. Ihre Identität ist stark an ihr Misstrauen gegenüber den etablierten Medien gekoppelt, die sie mit dem Vorwurf der Abhängigkeit von Politik und Wirtschaft sowie einer unfairen, unausgewogenen Berichterstattung konfrontiert.

*451 Grad* geriert sich als „*Underground*“-Medium, das von den medialen und politischen Eliten in Deutschland marginalisiert wird. Aufgrund der „unbequemen Wahrheiten“, deren Aufdeckung RT für sich beansprucht, sieht sich RT immer wieder in seiner publizistischen Freiheit bedroht und nutzt diese, um Zweifel an einer freien Presselandschaft in Deutschland zu streuen. *451 Grad* unterstützt diesen Eindruck durch Beiträge über die vermeintliche Zensur von RT durch politische und mediale Eliten.

Das Magazin lässt sich dem Infotainment zuordnen, da neben einer informativen Funktion der Unterhaltung dienende, ironische Bewertungen der Nachrichten durch den Moderator Abadi und durch visuelle Aufbereitungen Bestandteil der Sendung sind.

In nahezu jeder Ausgabe des Magazins wird der Vorwurf der russischen Propaganda sarkastisch in Kommentare des Moderators aufgenommen. Dabei spielt der Vorwurf, der von politischen und medialen Akteur\*innen des Mainstreams an RT gerichtet wird, eine identitätsstiftende Rolle, denn er funktioniert auch als Abgrenzung zu den Eliten, denen man laut *451 Grad* nicht trauen kann.

Die Bandbreite der Themen der Sendung ist relativ klein. Wiederkehrende Themen sind die USA, der Konflikt in Syrien, Russland in den Medien und die NATO, die unter der Klammer ein kritischen Beobachtung der deutschen Mainstream-Medium betrachtet werden. Bei diesen Themen werden den etablierten Medien seitens *451 Grad* wenig Kompetenzen für eine ausgewogene Berichterstattung zugetraut und teilweise eine vorsätzliche Verzerrung zugunsten ein pro-amerikanischen und anti-russischen Haltung vorgeworfen.

Der Themenkomplex NATO sowie USA dienen einer politischen Interpretation, die sich deutlich von denen in dem Mainstream-Medien abhebt. Die USA und die NATO werden als einseitige Aggressor\*innen dargestellt, die Putin provozieren.

Im Themenkomplex Medienkritik werden neben inhaltlichen Fehlern immer wieder das negative Framing der russischen Politik und Putin auf der einen Seite und die positive Konnotation der westlichen Alliierten auf der anderen kritisiert. Besonders häufig geschieht das anhand der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Medien über den Syrien-Konflikt und die Offensive auf Mossul. Allerdings macht Moderator Abadi in seinen Moderationen immer wieder deutlich, dass er dies für eine gewollte Täuschung der deutschen Öffentlichkeit durch die Leitmedien hält. Die Infragestellung der Glaubwürdigkeit der sogenannten Leitmedien und die wiederholte Elitenkritik, zeugen von einem großen Misstrauen gegenüber diesen Medien.

Die Kritik der Sendung ist pauschal und generalisierend. Mit der Kritik an einzelnen Punkten werden bei *451 Grad* sofort alle Journalist\*innen und Leitmedien in Frage gestellt, ohne die durchaus berechtigte Kritik differenziert auf einzelne Themenkomplexe anzuwenden.

*451 Grad* positioniert als Teil einer Gegenöffentlichkeit, die den „blinden Fleck“ füllen möchte, der von den etablierten Medien hinterlassen wird. Ihre Themenauswahl unterscheidet sich daher wesentlich von der Agenda des Mainstreams (in diesem Fall der *Tagesschau* als Nachrichtensendung mit der größten Reichweite in Deutschland), zu deren Berichterstattung in den Themenfeldern USA, NATO, Syrien und Russland sie alternative Narrative heranziehen, die nicht den gängigen Motiven des in den Medien abgebildeten gesellschaftlichen Diskurses entsprechen. Innerhalb dieser Themenfelder wiederholen sich die Inhalte der Beiträge häufig.

Mit der Themenwahl und Positionierung als Medium der Gegenöffentlichkeit ist RT Teil eines politisch-publizistischen Netzwerks, das Ähnlichkeiten mit Akteur\*innen der Querfront aufweist und sich vor allem über seine Andersartigkeit im Vergleich zum Mainstream definiert. Dieses alternative Mediennetzwerk hat profitiert vor allem von dem Vertrauensverlust der Menschen in die Fähigkeit der Leitmedien, ihnen ein ausgewogenes, unabhängige Nachrichten zu liefern.

Da *451 Grad* nur bei YouTube sendet, nutzt es zur Verbreitung ausschließlich das Internet, das einen kostengünstigen und für viele Menschen zugänglichen Ort zum Publizieren bietet. Die Aufmachung der Sendung und der Habitus von Moderator Reza Abadi richten sich an ein jüngeres, internetaffines Zielpublikum, das auf der Suche nach Möglichkeiten ist, sich jenseits des Mainstreams zu informieren.

## 5. Exkurs: *Deutsche Welle*

Die *Deutsche Welle* ist ein deutscher Auslandsrundfunksender, der in verschiedenen Sprachen, unter anderem auch auf Russisch, auf der ganzen Welt sendet. Er kann wie RT als außenpolitisches Instrument der BRD gelten. Daher lohnt es sich die *Deutsche Welle* im Zusammenhang dieser Arbeit zu erwähnen. Es ist allerdings nicht möglich im Detail einen Vergleich anzustellen. Ebenso kann keine inhaltliche Analyse erfolgen.

Die *Deutsche Welle* ist Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Ihr Programm wird aus Steuermitteln des Bundes finanziert. Intendant Peter Limbourg steht an der Spitze von insgesamt 1.500 festen und 1.500 freien Mitarbeiter\*innen aus 50 Ländern. Die *Deutsche Welle* erreicht nach eigenen Angaben 135 Millionen Menschen weltweit.<sup>145</sup> Sie sendet ihr Angebot über Radiowellen, Satellit und das Internet in 30 Sprachen. Das 24-stündigen Fernsehangebot wird unter anderem auf Deutsch, Englisch, Arabisch und Spanisch ausgestrahlt. Im Selbstverständnis der Deutschen Welle heißt es heute:

*„In journalistischer Unabhängigkeit vermitteln wir ein umfassendes Deutschlandbild, stellen Ereignisse und Entwicklungen dar, greifen deutsche und andere Sichtweisen auf. So fördern wir das Verständnis zwischen den Kulturen und Völkern. Zugleich schaffen wir einen Zugang zur deutschen Sprache.“<sup>146</sup>*

Das selbstdefinierte Zielpublikum der Deutschen Welle sind globale Entscheider\*innen, deutschsprachige Menschen im Ausland und auch explizit Menschen in autoritären Staaten, die *„sich aktiv für Demokratie, Freiheitsrechte und Fortschritt einsetzen“<sup>147</sup>*. Laut Eigenverständnis verpflichtet sich die *Deutsche Welle* zu einem unabhängigen und überparteilichen Journalismus, der den Werten einer freiheitlich-demokratischen Grundordnung gerecht wird und diese nach außen vertritt. Zudem sieht die DW im Sinne eines außenpolitischen Instruments ihre Aufgabe in einer ausgewogenen Außendarstellung Deutschlands.

Die Landesrundfunkanstalten bauten den Auslandsrundfunk in den 50er Jahren mit dem Ziel auf, das Image der Bundesrepublik auf der Welt nach den Zeiten des Nationalsozialismus zu verbessern. Einige Jahre später wurde die DW in eine Bundesrundfunkanstalt umgewandelt, deren Aufgabe die Verbreitung eines umfassendes Bildes des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland war. Im Kalten Krieg stieg die DW zu einem der größten Auslandsrundfunksender in Europa auf. Das lag unter anderem daran, dass sie zu einem politischen Instrument in der ideologischen Auseinandersetzung mit Osteuropa insbesondere Ostdeutschland wurde und rasch expandierte. Die Idee hinter dem schnellen Ausbau der Sprachdienste war es, den Rundfunkprogrammen aus dem Ostblock etwas entgegenzusetzen. Zudem sendete

145 *Deutsche Welle* Homepage: [Http://www.dw.com/de/unternehmen/profil/s-30626](http://www.dw.com/de/unternehmen/profil/s-30626) [14.07.2017]

146 Ebenda

147 Ebenda

die *Deutsche Welle* mit einem entsprechenden Programm in den Entwicklungsländern, wo die Verbreitung der kommunistischen Ideologie verhindert werden sollte.<sup>148</sup> Zu Zeiten des Kalten Krieges war der Auslandsfunk fester Bestandteil deutscher Außenpolitik. Die eigene politische Ideologie sollte möglichst großflächig über störrresistente Lang- oder Kurzwellen in den Ostblock getragen werden. Nach 1990 wurde das Budget der Deutschen Welle rigoros zusammengekürzt und mehrere Debatten über Sinn und Unsinn eines deutschen Auslandssenders geführt. Mit der Novellierung des DW-Gesetzes 1997 war die Existenz der Deutschen Wellen gerettet.<sup>149</sup> Nach dem Fall der Mauer und der Deutschen Wiedervereinigung änderte sich die Funktion der DW grundlegend. Zunächst wurde neben dem Radio, ein internationales Fernsehprogramm etabliert. Mit dem Ende des Kalten Krieges ergab sich für die *Deutsche Welle* eine neue Aufgabe in den ehemaligen Staaten der Sowjetunion. Fortan nutzte sie ihren Einfluss in der Region, um den Demokratisierungsprozess zu begleiten und zu unterstützen.<sup>150</sup>

In der Aufgabenplanung der Deutschen Wellen, die vom Rundfunkrat mit Zustimmung des Verwaltungsrats der ARD am 27. Februar 2017 beschlossen wurde, bekennt sich der Sender zwar einerseits zu redaktioneller Unabhängigkeit. Andererseits wird der Auftrag, Deutschland nach außen darzustellen und wirtschaftliche und demokratische Werte des Landes zu transportieren ebenfalls klar benannt.<sup>151</sup> An dieser Stelle entsteht ein Spannungsfeld zwischen den Anforderungen an einen unabhängigen Journalismus und den klaren Vorgaben strategischer Außendarstellung, mit dem Ziel Deutschland außenpolitisch in der Welt zu positionieren, dem sich alle Mitarbeiter\*innen der DW aussetzen. Zwar erfolgt keine Einmischung seitens des Staates in die redaktionelle Arbeit, dennoch unterliegt die DW klar formulierten staatlichen Interessen. Vorlage ist das Deutsche-Welle-Gesetz und der darin formulierte gesetzliche Auftrag des Senders, in dessen Rahmen sich die Aufgabenplanung der DW bewegen soll:

*„Die Angebote der Deutschen Welle sollen Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat verständlich machen. Sie sollen deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten ein Forum geben mit dem Ziel, das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern. Die Deutsche Welle fördert dabei insbesondere die deutsche Sprache.“<sup>152</sup>*

Die Aufgabenplanung der Deutschen Welle dient der Konkretisierung von inhaltlichen und regionalen Schwerpunkten für einen Zeitraum von vier Jahren. Strategisches Ziel der Jahre 2014 – 2017 ist die Reichweitensteigerung der DW. Dafür soll das Angebot besser an die Zielgruppe angepasst werden. Als wichtigste Zielregionen werden Asien und Afrika genannt. Besonders der Ausbau des englischsprachigen

148 Köhler 1988: 33ff.

149 Kleinsteuber 2006: 105f.

150 Barthold 1999: 1138

151 Aufgabenplanung *Deutsche Welle* 2014-2017: 3f.

152 Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts "*Deutsche Welle*" (Deutsche-Welle-Gesetz – DWG) §

Programms wird vorangetrieben. Seit der Annexion der Krim im Jahr 2014 hat die *Deutsche Welle* ihr Angebot in der Ukraine erweitert und den Umfang der russischsprachigen sowie ukrainischsprachigen Berichterstattung ausgebaut. Der finanzielle Mehraufwand wird durch die Erhöhung des Bundeszuschusses für die DW finanziert. Laut eigener Einschätzung leistet die *Deutsche Welle* im Konflikt zwischen der Ukraine und Russland „einen wichtigen Beitrag zum Aufbau einer starken Zivilgesellschaft in der Region“<sup>153</sup>. Zudem verzeichnet sie seit den Protesten auf dem Maidan eine stärkere Präsenz ihrer Inhalte in den führenden Medien der Ukraine und in der öffentlichen Diskussion. Die Inhalte werden sowohl in Russland als auch in der Ukraine online wie zum Beispiel über YouTube angeboten sowie in TV-Kooperationen mit regionale Partner\*innen. Die *Deutsche Welle* platziert zudem eigene Expert\*innen in Nachrichtenjournalen aus Russland und der Ukraine. Sie hat also im Zuge des Ukraine-Konflikts ebenso wie RT für Europa eine eigenen Strategie entwickelt, den Konflikt journalistisch zu begleiten und strategische Ziele in der Region – die Stärkung der Zivilgesellschaft – umzusetzen.

Das Budget im Jahr 2017 beträgt 328,2 Millionen Euro aus Mitteln des Bundes<sup>154</sup>. Hinzu kommen im geringen Umfang Projektmittel, die von der Deutschen Welle in ihrem Bericht nicht näher spezifiziert wurde. Im Vergleich zu den Vorjahren wachsen die Mittel beständig. Zu einem großen Teil flossen diese zusätzlichen Einnahmen in den Ausbau der Berichterstattung in Russland und der Ukraine sowie zum Ausgleich des steigenden Finanzbedarf für Personalkosten.<sup>155</sup> Damit ist das Budget der Deutschen Welle höher als das von RT International.

Eine Studie, die das Selbstverständnis der Journalist\*innen der DW im Ausland durch qualitative Interviews mit Redakteur\*innen untersuchte, zeichnet das Bild der Journalist\*innen als Wertevermittler\*innen demokratischer und zivilgesellschaftlicher Werte. Gerade wenn ihr Arbeitsgebiet in Ländern ist, wo der Zugang zu freien Informationen oder unabhängigen Presseerzeugnissen schwer bis unmöglich ist, sehen die Redakteur\*innen der DW ihre Kernaufgabe darin, diesen Informationsfluss dennoch zu gewährleisten und Sachverhalte aus anderen Blickwinkeln zu schildern.<sup>156</sup> Auch RT beansprucht für sich eine Alternative zu den jeweiligen nationalen Medien zu sein, dass Informationen sendet, über die von anderen Medien nicht berichtet wird und alternative Perspektiven auf politische Vorgänge wirft. Bei den Mitarbeiter\*innen der Deutschen Wellen bezieht sich dieses Ziel jedoch vor allem auf Ländern, in denen eine unabhängige Berichterstattung kaum möglich ist. Für die Mitarbeiter\*innen der DW besteht ihr klassisch informierende Arbeit in erster Linie in der Vermittlung von Fakten. Für viele spielt allerdings auch die kommentierende und einordnete Leistung eine übergeordnete Rolle. Hier wird deutlich, dass sie eng an ein „deutsches“ Wertesystem einer demokratischen Grundordnung mit einer verfassungsrechtlich garantierten Pressefreiheit gebunden sind.

153 Aufgabenplanung *Deutsche Welle* 2014-2017: 29

154 DWDL.de 28.11.2016

155 Aufgabenplanung *Deutsche Welle* 2014-2017: 33

156 Krasteva 2007: 92

Im Spannungsfeld zwischen journalistischer Ethik und der DW als eindeutiges Soft Power Instrument, das nicht nur der Förderung demokratischer Werte dient, sondern auch die Bundesrepublik im Ausland repräsentieren soll, wird von den Redakteur\*innen der DW reflektiert. In ihrem Selbstbild als Journalist\*innen ist es ihnen wichtig, dennoch ein ausgewogenes Bild mit kritischer Hintergrundberichterstattung von Deutschland zu liefern. Sie verstehen sich hauptsächlich als Journalist\*innen, kaum als Diplomat\*innen und lehnen es ab, sich als Sprecher\*innen der deutschen Regierung zu sehen.<sup>157</sup> Ein weiterer wichtiger Aspekt ihrer Arbeit ist die Basis für Dialog und den Austausch von Kulturen zu schaffen. Das entspricht weniger einer klassischen journalistischen Aufgabe, als einer außenpolitischen Funktion.

Das Maß an Identifikation mit ihrer Arbeitgeberin ist bei den Journalist\*innen der Deutschen Welle sehr hoch und sie haben zu einem großen Teil die Ziele verinnerlicht, die die DW in ihrem Selbstverständnis formuliert hat. Trotzdem beanspruchen sie für sich, nicht das Sprachrohr deutscher Interessen zu sein, sondern ausgewogen und informierend über politische Geschehnisse im In- und Ausland zu berichten. Ihre interpretierende Leistung nehmen sie als Vermittlung einer Vielzahl verschiedener Ansichten wahr, mit dem Ziel ein glaubwürdiges Image für die Konsument\*innen aufzubauen und diese in die Lage zu versetzen, sich eine fundierte Meinung zu bilden:

*„Die Ausgewogenheit der Berichterstattung, das Postulat der Objektivität und Neutralität sind eindeutig die richtungweisenden Maßstäbe bei ihrer journalistischen Tätigkeit. Somit ist festzuhalten, dass die an die DW-Redakteure normativ gestellten journalistischen Ansprüche und ihr Selbstverständnis deckungsgleich sind. Im Spannungsfeld Journalismus versus Diplomatie sind die journalistischen Grundsätze und Prinzipien den Anforderungen nach diplomatischer Sensibilität eindeutig überlegen.“<sup>158</sup>*

Wie Nye es in seinem Soft-Power-Konzept formulierte, scheinen die Journalist\*innen der Deutschen Welle um Glaubwürdigkeit bemüht, die nur gelingt, wenn sie sich kritisch mit Nachrichten aus Deutschland auseinandersetzen und fair berichten.

Die Antwort auf die Frage, ob sich das Selbstverständnis unabhängiger Berichterstattung von Journalist\*innen der Deutschen Welle mit ihrem politischen Auftrag vereinbaren lässt, bleibt dennoch ambivalent. Zwar legt die *Deutsche Welle* mit ihrem Anspruch und im Selbstverständnis ihrer Mitarbeiter\*innen den Schwerpunkt auf seriösen Informationsjournalismus. In der Außendarstellung der DW liegt die Gewichtung der ambivalenten Anforderungen an sie eindeutig auf der Arbeit als unabhängiges Medium, das vermittelt und informiert. Von Seiten der Bundesregierung wird eher die repräsentative Rolle der Deutschen Welle im Ausland betont.<sup>159</sup> Dennoch lässt sich dieser Konflikt schon aus Konstruktionsgründen nicht aufheben. Die Rundfunkfreiheit in Deutschland erlaubt keine direkte

157 Krasteva 2007: 125f.

158 Krasteva 2007: 128f.

159 Michalek 2010: 162

Einflussnahme auf den Inhalt des Programms der Deutschen Welle. Aber die Finanzierung der DW ist abhängig von Finanzmitteln des Bundes, um ihre journalistische Arbeit überhaupt machen zu können. Michalek kommt in einer Untersuchung dennoch zu dem Schluss, dass die Redaktionen der Deutschen Welle frei und unabhängig arbeiten können.<sup>160</sup> Als Instrument der Public Diplomacy bietet die DW allerdings einen deutlichen strengeren Rahmen, in dem die redaktionelle Arbeit stattfindet.

Auch wenn ein Vergleich nur oberflächlich erfolgen kann, ergeben Studien über Selbstverständnis der DW-Mitarbeiter\*innen und ihrer redaktionellen Arbeit, dass bei der DW trotz ihrer besonderen Rolle als Auslandssender und Public-Diplomacy-Instrument die Standards einer unabhängigen Berichterstattung eingehalten werden. Ihr Ziele stehen denen von RT diametral gegenüber, da sie über die Förderung und Verbreitung demokratischer Werte insbesondere nach Osteuropa deutsche Interessen vertritt. RT kann daher als Gegenpol zur Berichterstattung der Deutschen Welle betrachtet werden. Außenpolitisch erfüllen sie aber eine ähnliche Funktion, indem sie einerseits zur Außendarstellung Deutschlands und Russlands in der Welt beitragen. Andererseits aber auch spezifischen Interessen folgen: bei der DW geht es um die Verbreitung demokratischer Werte insbesondere auch in Osteuropa, also im Einflussgebiet Russlands. Bei RT sollen „*alternative perspectives*“<sup>161</sup> insbesondere im von angelsächsischen Medien geprägten Raum angeboten werden, zu dem auch Deutschland gezählt werden kann. Beide Sender dienen der Einflussnahme auf die jeweilige Bevölkerung des Empfängerlandes. Ein Bekenntnis zur unabhängigen Berichterstattung und zur Einhaltung journalistischer Grundsätze findet sich nur bei der DW. Aufgrund der eingeschränkten Pressefreiheit in Russland ließe sich eine klare Verpflichtung zur unabhängigen Berichterstattung von RT auch nicht glaubwürdig vertreten.

160 Michalek 2010: 105f

161 <https://www.rt.com/about-us/>

## 6. Fazit

In einer pluralistischen Medienlandschaft mit vielen Angeboten, die auch Nischen bedienen wie sie in Deutschland vorherrscht – auch dank einer freien Presselandschaft – gibt es nur wenige Mediensendungen, die den Diskursraum zusammenhalten. Die Tagesthemen werden nach wie vor von täglich neun Millionen Menschen im Fernsehen gesehen. Der Großteil des restlichen Medienangebots wird aber selektiert konsumiert und erreicht nicht so viele Menschen auf einmal. Die diversen Kommunikationskanäle vor allem im unüberschaubaren Internet machen jede Form von systematischer Propaganda per se schwierig. Das Internet bietet aber gleichzeitig ein Medium, durch das mit geringen Kosten kommuniziert werden kann und mit dem es grundsätzlich möglich ist, viele Menschen zu erreichen.

Die Analyse der *RT Deutsch* Sendung *451 Grad* lässt einige Aussage zur inhaltlichen Ausrichtung und Strategie des Senders zu. *RT Deutsch* positioniert sich als alternatives Medium einer Gegenöffentlichkeit zum gesellschaftlichen Mainstream. Die Themenwahl ist selektiv. Aufgegriffen werden der Konflikt in Syrien, Kritik an den deutschen Leitmedien, die NATO, Bundeswehr und USA, die negative Darstellung Russlands durch mediale und politische Eliten. Die Themen der Sendung haben selten einen aktuellen Bezug. Eine anti-amerikanische Haltung äußert sich in dem Schwerpunkt der Darstellung der Vereinigten Staaten als Kriegsmacht und der kritischen Betrachtung der NATO als alleiniger Aggressor im Konflikt zwischen NATO-Bündnisstaaten auf der einen Seite und Russland und seinen Verbündeten auf der anderen Seite. Damit sendet sie durchaus eine Interpretation politischer Vorgänge, die im Sinne Russlands sein dürften.

Als Gegenpol zu den etablierten Medien geriert sich *RT Deutsch* mit *451 Grad* als Informationsmedium, das die Verzerrung und Fälschungen insbesondere der öffentlich-rechtlichen Medien aufdeckt und ihnen alternative Narrative entgegengestellt. Die Verzerrung der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten ist aus der Sicht von *451 Grad* eine gewollte, strategische Täuschung der Öffentlichkeit, der sie entgegenwirken wollen. Die Täuschung der öffentlich-rechtlichen Medien bezieht sich laut Magazin insbesondere auf die Dämonisierung Russlands und die Konflikte in Syrien und im Jemen, die einseitig dargestellt werden. Dabei geht es *451 Grad* weniger um die Etablierung neuer Fakten, sondern um die Anzweiflung einer glaubwürdigen Mainstream-Berichterstattung.

Analog zu Studien, die die gleiche Strategie bei RT International sehen, möchte *451 Grad* die Doppelmoral des Westens bei der Einhaltung ihrer demokratischen Werte aufzeigen. Daher liegt ein wiederkehrender Schwerpunkt auf den Kriegen der USA im letzten Jahrhundert sowie auf der falschen Berichterstattung deutscher Medien, denen eine mutwillige Verzerrung unterstellt wird, die das Misstrauen in ihre gesamte Berichterstattung rechtfertigt.

Mit dem Misstrauen in die Medien, den Vorwurf der einseitigen Berichterstattung und der Kritik an politischen und medialen Eliten zielt *451 Grad* auf eine Zielgruppe, die das Vertrauen in diese Eliten verloren hat und nach alternativen Informationsquellen sucht. Sie weisen zudem Ähnlichkeiten mit den publizistischen Netzwerk der sogenannten *Querfront* auf. Damit liegt eine klare Zielgruppenorientierung über die politische und inhaltliche Stoßrichtung vor.

*RT Deutsch* ist Instrument der russischen außenpolitischen Soft Power. Sie setzt bei dem Sentiment der Medienverdrossenheit der Menschen an und bekräftigt diese in ihrem Misstrauen gegenüber der Unabhängigkeit und Objektivität der Berichterstattung etablierter Medien in Deutschland. Damit unterstützen sie einerseits das vermeintliche strategische Ziel der russischen Regierung, über Bewegungen in der Bevölkerung den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu schwächen. Andererseits nutzt RT gesellschaftliche Stimmungen geschickt aus, um ihre Inhalte und Narrative zu platzieren. RT setzt an vorhandenen Diskursen an und bedient diese.

*RT Deutsch* ist damit auch Teil der russischen Außenpolitik, die strategische Ziele Russlands verfolgt. Das zentralistische Mediensystem in Russland sorgt für eine starke Nähe zum Kreml. Die Finanzierung von *RT Deutsch* hängt damit auch stark davon ab, ob der Sender Putins Interesse in dem Maße vertritt, dass es eine Finanzierung durch die russische Regierung rechtfertigt. Die Nähe zum Kreml unterscheidet RT auch wesentlich von der Arbeit der DW, die zwar ein außenpolitisches Instrument der BRD ist, deren redaktionelle Unabhängigkeit jedoch gesetzlich geregelt ist und die weniger zentralistisch an die Interessen eines autoritär regierenden Staatschefs gekoppelt ist. Die Arbeit der DW folgt einem eher konstruktiven Ansatz der Stärkung der Zivilgesellschaft und demokratischer Werte. Im Gegensatz dazu verfolgt RT einen eher destruktiven Ansatz der Schwächung des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch das Streuen gezielter Misstrauens an den gemeinsamen Werten.

Eine Einordnung von RT als Propaganda fällt weiterhin aufgrund der vielseitigen Definitionen dieser schwer und hängt auch von der Frage ab, ob ein enger oder weiter Begriff der Propaganda vertreten wird. Einige von Bussemer definierten Merkmale der Propaganda treffen auf RT und *451 Grad* zu. RT setzt in der symbolischen Kommunikationsebene an, indem sie die Feindbilder NATO, USA und mediale Eliten in nahezu jeder Sendung reproduziert und ihren Zuschauer\*innen somit neue Erkenntnismuster an die Hand gibt, die Realität einzuschätzen. *RT Deutsch* kann als Instrument russischer Interessen angesehen werden, da es erstens von der russischen Regierung finanziert wird und zweitens Teil der russischen Vertretung eigener Interessen im Ausland ist. Mit dem Feindbild der USA und der NATO sowie die Verteidigung Russlands gegen die mediale Berichterstattung über das Land und seine Regierung vertritt RT die Deutungsmuster der geopolitischen Lage, die auch der Kreml vertritt. Durch die Zweifel, die zudem an der Darstellung der Welt in den Leitmedien gesät werden, wird den Rezipient\*innen eine anti-amerikanische und anti-westliche Haltung vermittelt, deren Annahme durch das Publikum Russland stärken würde. Es findet somit eine Überredung zu einer Haltung statt.

*RT Deutsch* informiert einseitig und selektiv. Die NATO, USA und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten werden durchweg negativ dargestellt und wahlweise mit westlicher Aggression, imperialistischer Kriegsführung und Täuschung und Verzerrung assoziiert und einseitig als Feindbild dargestellt. In Bezug auf die angeblich drohende Einschränkung der publizistischen Freiheit von RT werden zudem irreführende Fakten präsentiert, um das Drohszenario zu unterfüttern. RT nutzt die doppelte Medialität der Medien geschickt aus: einerseits wird den Leitmedien aufgrund ihrer privilegierten Situation als Nachrichtenmacher\*innen und Nähe zu politischen Eliten die Legitimität entzogen, indem ihnen vorsätzliche Täuschung ihrer Zuschauer\*innen zum Zwecke dieser Eliten vorgeworfen wird. Andererseits nutzt RT das Medium Internet für ihre eigenen Nachrichten, die im Gegensatz zur Berichterstattung der Leitmedien, Unabhängigkeit und Wahrhaftigkeit für sich beanspruchen. Hier erfolgt eine Aufteilung in genau zwei Extreme: die „Wahrheit“ durch RT auf der einen Seite und die „Lüge“ durch die etablierten, westlichen Medien auf der anderen Seite.

RT wird zwar von der russischen Regierung finanziert. Dennoch wird die Sendung *451 Grad* von Redakteur\*innen eigenständig gestaltet. Es ist davon auszugehen, dass die Finanzierung des Senders an den politischen Wert gebunden ist, den Putin in ihm für die Erreichung seiner Ziele im Ausland sieht. Für Putin ist RT ein reines politisches Instrument zur Ausdehnung oder Verteidigung seines Einflussbereichs im Ausland. Allerdings sind die Mitarbeiter\*innen von *RT Deutsch* nicht mittelbar in diese politische Agenda mit einbezogen, sondern handeln aus eigener Überzeugung und einer übereinstimmenden Weltsicht, die auch die Bedürfnisse der Zielgruppe von RT nach einem alternativen Medium bedienen. Den Mitarbeiter\*innen der Sendung *451 Grad* kann daher kein instrumenteller Bezug zu Wahrheit unterstellt werden, da sie keine aus Russland vorgegebene Agenda befolgen, sondern vielmehr nach eigenen Überzeugungen handeln.

RT weist thematische Ähnlichkeiten zu anderen Publikationen des Netzwerkes *Querfront* auf, die ebenfalls den Großteil ihrer Inhalte im Internet publizieren. Der Start des Senders im September 2014 zum Höhepunkt der medialen Debatte über die Voreingenommenheit der deutschen Medien in der Berichterstattung über die russische Annektion der Krim korrespondierte mit einem breiten im Zuge dieser Berichterstattung enttäuschten Publikum und griff zudem inhaltlich diese speziell in Deutschland geführte Debatte auf. Damit orientierte sich RT an einer speziellen Zielgruppe, mit der inhaltliche Übereinstimmungen offensichtlich waren. In diesen Punkten lassen sich Merkmale der Propaganda nach Bussemer auch bei *RT Deutsch* identifizieren. Zudem ist die Kritik von *451 Grad* an der Unzuverlässigkeit der Leitmedien mit einem universalen Anspruch versehen, der durch einzelne journalistischen Fehler nicht gerechtfertigt ist. RT richtet sich klar gegen die etablierten Medien in Deutschland, die NATO, die USA sowie die medialen und politischen Eliten. Die Kritik an diesen Institutionen erfolgt in den seltensten Fällen inhaltlich-konstruktiv, sondern ist immer mit einer allgemeinen Ablehnung und klarem Freund/Feind-Denken versehen. RT leistet somit keinen Beitrag zu einem medienkritischen Diskurs.

Unabhängig, ob RT als Propaganda begriffen wird oder nicht, hat es in einer garantierten Pressefreiheit und einem pluralistischen Mediensystem, wie es in Deutschland herrscht, natürlich jedes Recht im garantieren

verfassungsrechtlichen Rahmen, zu publizieren. Damit profitiert RT von den rechtlichen Möglichkeiten, die es in Russland selber für viele Medien so nicht gibt. Daran wird deutlich, dass der Sender reines Mittel zum Zweck bei der Erreichung außenpolitischer Ziele ist, dass sich dazu unter anderem auch Mitteln der Propaganda bedient.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Logo der Sendung.....	27
Abbildung 2: Moderator Reza Abadi im Studio.....	28
Abbildung 3: Screenshot Sendung 10: „Merkels Maßnahmen gegen Fake News“.....	31
Abbildung 4: Die Rohrpost.....	33
Abbildung 5: „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	38
Abbildung 6 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	40
Abbildung 7 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	40
Abbildung 8 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	41
Abbildung 9 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	41
Abbildung 10 „Screenshot Sendung 8: Eliten in der deutschen Presse“.....	42
Abbildung 11: Screenshot Sendung 3: „Du sollst [nichts] ausblenden“.....	44
Abbildung 12 Screenshot Sendung 3: „Du sollst [nichts] ausblenden“.....	45
Abbildung 13: Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“.....	47
Abbildung 14 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“.....	48
Abbildung 15 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“.....	49
Abbildung 16 Screenshot Sendung 6: „Ein Plan der funktioniert“.....	50
Abbildung 17: Screenshot Sendung 38 Kommissar von O'burg.....	52
Abbildung 18: Einblendung Nutzer*innenkommentare.....	53
Abbildung 19: Einblendung Artikel.....	54

## Literaturverzeichnis

Albrecht, Erik (2008): Die Meinungsmacher. Journalistische Kultur und Pressefreiheit in Russland. In: Journalismus International. Nr. 1. Köln.

Aufgabenplanung *Deutsche Welle* 2014-2017. Online im Internet: <http://www.dw.com/downloads/28924013/aufgabenplanung20142017.pdf> [07.07.2017]

Bentele, Günter (1999): Propaganda als Typ systematisch verzerrter öffentlicher Kommunikation. Zum Verhältnis von Propaganda und Public Relations in unterschiedlichen politischen Systemen. In: Tobias Liebert (Hg.): Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Beiträge zur Tagung der DGPK-Fachgruppe „Public Relations/Organisationskommunikation“. S. 95 – 109

Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hg.) (2012): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Springer-Verlag.

Bentzen, N./Russel, M. (2015): Russia's manipulation of information on Ukraine and the EU's response. European Parliament Briefings.

Breunig, Christian/van Eimeren, Birgit (2015): 60 Jahre „Massenkommunikation“: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie 1964-2015. In: Media Perspektiven, Heft 11. S.505-525. 2015

Bussemer, Thymian (2008): Propaganda. Konzepte und Theorien. 2. Auflage.

Chomsky, Noam (2003): Media Control. Wie die Medien uns manipulieren. Hamburg, Wien.

Dougherty, Jill (2014): Everyone Lies: The Ukraine Conflict and Russia's Media Transformation. Harvard Kennedy School Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy

Duwe, Silvio/Kalle, Janina/Scheper, Benedikt (2014): Gegenläufig – Kreml-Sender auf Deutsch. Zapp 12.11.2014. Online im Internet: <https://web.archive.org/web/20141116050033/http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Gege-nlaeufig-Kreml-Sender-auf-Deutsch,rtdeutsch100.html> [10.07.2017]

Edelstein, Alex (1997): Total Propaganda. From Mass Culture to Popular Culture. London.

Foucault, Michel (1997): Der Wille zum Wissen: Sexualität und Wahrheit.

Foucault, Michel (1978): Dispositive der Macht: über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Merve-Verlag, 1978.

Gerasimov, Valery (2013): Ценность науки в предвидении. Новые вызовы требуют переосмыслить формы и способы ведения боевых действий. <http://vprk-news.ru/print/articles/14632> [10.07.2017]

Glutz, Peter (1997): Streit im Mädchenpensionat. In: Peter Wippermann (Hg.): Anzeigentrends. Was bleibt – was geht – was kommt? Mainz. S. 110-121

Gruska, Ulla (2013): Der Kreml auf allen Kanälen. Wie der russische Staat das Fernsehen lenkt. Online im Internet: [https://www.reporter-ohne-grenzen.de/uploads/tx\\_ifnews/media/ROG-Russland-Bericht-2013\\_web.pdf](https://www.reporter-ohne-grenzen.de/uploads/tx_ifnews/media/ROG-Russland-Bericht-2013_web.pdf) [02.07.2017]

Harding, Luke/Walker, Shaun (2014): Closure of Russia Today bank accounts nothing to do with us – Treasury. Guardian Online. 17.10.2014. Online im Internet: <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/17/russia-todays-uk-bank-accounts-frozen-says-editor> [07.07.2017]

Hanfeld, Michael (2014): Mit dem kunterbunten Holzhammer. FAZ Online. 18.11.2014. Online im Internet: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/rt-deutsch-sendet-propaganda-im-sinne-wladimir-putins-13271220.html> [07.07.2017]

Jarren, Otfried/Vogel, Martina (2011): Leitmedien als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In Roger Blum, Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof & Otfried Jarren (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien. S. 17–29. Wiesbaden

Jäger, Magarete/Jäger, Siegfried (2007): Deutungskämpfe. Theorie und Praxis Kritischer Diskursanalyse. Frankfurt.

Jowett, Garth S./O'Donnell, Victoria (1986): Propaganda & Persuasion. Sage.

Kapitelmann, Dmitrij (2014): Putin mit Hitler vergleichen. Taz Online. 16.12.2014. Online im Internet: <http://www.taz.de/!5026022/> [07.07.2017]

Kleinsteuber, Hans J. (2006): *Deutsche Welle* & Co und ihr Beitrag zur Stärkung europäischer Öffentlichkeit. In: Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. VS Verlag für Sozialwissenschaften. 305-317.

Köhler, Bernd (1988): *Auslandsrundfunk und Politik. Die politische Dimension eines internationalen Mediums.* Berlin.

Krasteva, Hristina (2007): *Die Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ Deutsche Welle. Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis von DW-Journalisten.* München.

Kurdalanova, Margarite (2016): *Online Russia, today. How is Russia Today framing the events of the Ukrainian crisis of 2013 and what is framing says about the Russian regime's legitimation strategies? The case of the Russian-language online platform of RT.* Amsterdam.

Lasswell, Harold D. (1927): *The Theory of Political Propaganda.* In: *American Political Science Review* 21. Jg., Heft 4, S. 627-631

Livshen, Anthony; Nelson, Elizabeth; Orttung, Robert (2015): *Measuring RT's Impact on YouTube.* In: *Russian Analytical Digest.* No. 177.

Luther, Carsten (2014): *Das hat uns gerade noch gefehlt.* *Zeit Online.* 19.11.2014. Online Im Internet: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2014-11/rt-deutsch-russland-propaganda-luegen> [02.07.2017]

Maletzke, Gerhard (1972): *Propaganda. Eine begriffskritische Analyse.* In: *Publizistik.* 17. Jg., Heft 2, S. 153-164.

McCombs, Maxwell E./ Shaw, Donald L. (1972): *The agenda-setting function of mass media.* In: *Public Opinion Quarterly,* 36. Jg., S. 176–187.

Meister, Stefan; Puglierin, Jana (2016): *Europas Schwäche ist Putins Stärke.* In: *DGAP Jahresbericht 2015/16.*

Meister, Stefan; Puglierin, Jana (2015): *Perzeption und Instrumentalisierung. Russlands nicht-militärische Einflussnahme in Europa.* In: *DGAP kompakt.* Nr. 10. 2015

Merten, Klaus (2000): *Struktur und Funktion von Propaganda.* In: *Publizistik* 45. Jg., Heft 2, S. 143-162

Michalek, Christian (2010): *Journalistische Unabhängigkeit oder politische Instrumentalisierung? Das Selbstverständnis der Deutschen Welle und ihr politischer Auftrag im Rahmen von Public Diplomacy.* In: *Politische Kommunikation heute. Beiträge des 5. Düsseldorfer Forums.* S. 149-166

Münch, Richard (1992): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft.* Frankfurt am Main.

Niewendick, Martin (2016): Die Stimme des Kremls in Deutschland. Tagesspiegel Online. 06.03.2016. Online im Internet: <http://www.tagesspiegel.de/medien/russia-today-deutsch-die-stimme-des-kremls-in-deutschland/13058304.html> [10.07.17]

Nye, Joseph S. (2004): Soft Power: The Means of Success in World Politics

Nye, Joseph S. (2013): What China and Russia don't get about soft power. Foreign Policy, 29. Jg., Nr. 10.

Petersen, Christer (2016): Terror und Propaganda: Prolegomena zu einer Analytischen Medienwissenschaft. Bielefeld.

Plake, Klaus/Jansen, Daniel/Schuhmacher, Birgit (2001): Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet. Politische Potenziale der Medienentwicklung. 2001. Wiesbaden.

Plenge, Johann (1922): Deutsche Propaganda. Die Lehre von Propaganda als praktische Gesellschaftslehre. Bremen.

Plunkett, John (2014): Kremlin-backed RT to launch UK TV news channel. Guardian Online. 28.10.2017. Online im Internet: <https://www.theguardian.com/media/2014/oct/28/kremlin-rt-uk-news-channel-russia-today> [07.07.2017]

Pörksen, Bernhard (2014): Dahinter steht ja der Kreml. Bernhard Pörksen im Gespräch mit Brigitte Baetz. Deutschlandfunk. 15.11.2014. Online im Internet: [http://www.deutschlandfunk.de/rt-deutsch-dahinter-steht-ja-der-kreml.761.de.mhtml?dram:article\\_id=303297&utm\\_content=buffer181af&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.deutschlandfunk.de/rt-deutsch-dahinter-steht-ja-der-kreml.761.de.mhtml?dram:article_id=303297&utm_content=buffer181af&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer) [07.07.17]

Postman, Neill (1979): Propaganda. In: Et Cetera. A Review of General Semantics 36. Jg., Heft 2.

Qualter, Terence H. (1962): Propaganda and Psychological Warfare. New York

Ronneberger, Franz (1977): Besprechung des Buches „Propaganda. Grundlagen, Prinzipien, Materialien, Quellen“ von Carl Hundhausen. In: Publizistik 22. Jg., Heft 1.

Saxer, Ulrich (1992): Public Relations als Innovation. In: Horst Avenarius u. Wolfgang Armbrrecht (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft?. S. 47-76.

Seibel, Wolfgang (2009): Hegemoniale Semantiken und radikale Gegennarrative. Beitrag zum Arbeitsgespräch des Kulturwissenschaftlichen Kollegs Konstanz.

Schlanger, Zoe (2014): RT America Anchor Resigns in protest of ‚white-washed‘ Ukraine coverage. Newsweek Online. 05.03.2017. Online im Internet: <http://www.newsweek.com/rt-america-anchor-resigns-protest-white-washed-ukraine-coverage-230969> [07.07.2017]

Scholl, Armin (2009): Vom Dissenz zur Dissidenz. Die Bedeutung alternativer Gegenöffentlichkeit für die Gesellschaft. In: Klaus Merten (Hrsg.). Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft. Festschrift für Joachim Westerbarkey. Wiesbaden.

Shuster, Simon (2015): The global network RT is the Russian government’s main weapon in an intensifying information war with the West – and its top editor has a direct phone line to the Kremlin. The Times online. 05.03.2015. Online im Internet: [Time.com/rt-putin/](http://www.time.com/rt-putin/) [03.07.2017]

Storz, Wolfgang (2015): *Querfront* - Karriere eines politisch-publizistischen Netzwerks. OBS-Arbeitspapier 18.

Sundermeyer, Olaf (2014): Mein Auftritt bei Putins Propagandasender. FAZ Online. 20.11.2014. Online im Internet: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/rt-deutsch-auftritt-bei-putins-propagandasender-13277111.html> [07.07.2017]

Verhey, Jeffrey (1999): Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Propaganda im Ersten Weltkrieg. In: Tobias Liebert (Hg.): Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Leipzig.

Wahl, Liz (2014): I was Putin’s Pawn. What it was like to work for the Russian propaganda machine, and why I quit on live TV. Politico Magazine Online. 21.03.2014. Online im Internet: [www.politico.com/magazine/story/2014/03/liz-wahl-quit-russia-today-putins-pawn-104888](http://www.politico.com/magazine/story/2014/03/liz-wahl-quit-russia-today-putins-pawn-104888) [03.07.2017]

Westerbarkey, Joachim (1991): Das Geheimnis. Zur funktionalen Äquivalenz von Kommunikationsstrukturen. Opladen.

Wilke, Jürgen (1993): Deutsche Auslandspropaganda im ersten Weltkrieg: Die Zentralstelle für Auslandsdienst. In: Ders. (Hg.): Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg. Köln.

Yablokov, Ilja (2015): Conspiracy Theories as a Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT).

## Internetquellen

Aljazeera Online (09.10.2016): Yemen. Blasts kill 140 people at Sanaa funeral. Online im Internet: <http://www.aljazeera.com/news/2016/10/yemen-blasts-hit-event-attended-jalal-al-ruweishan-161008141316494.html> [12.08.2017]

*Deutsche Welle* Unternehmensprofil. Online im Internet: <http://www.dw.com/de/unternehmen/profil/s-30626> [14.07.2017]

DWDL.com (28.11.2016): *Deutsche Welle* – deutlich mehr Geld in 2017. Online im Internet: [https://www.dwdl.de/nachrichten/58937/deutsche\\_welle\\_deutlich\\_mehr\\_geld\\_in\\_2017/](https://www.dwdl.de/nachrichten/58937/deutsche_welle_deutlich_mehr_geld_in_2017/) [14.08.2017]

Entschließung des Europäischen Parlaments vom 23. November 2016 zu dem Thema „Strategische Kommunikation der EU, um gegen sie gerichteter Propaganda von Dritten entgegenzuwirken“ (2016/2030(INI)). Online im Internet: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//DE> [08.07.2017]

Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts "*Deutsche Welle*" (Deutsche-Welle-Gesetz – DWG) § 4. Online im Internet: <http://www.gesetze-im-internet.de/dwg/BJNR309410997.html> [10.07.2017]

Infratest Dimap im Auftrag von Zapp (2012): Mehrheit hat kein Vertrauen in Medien-Berichterstattung zum Ukraine-Konflikt. Online im Internet: <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/mehrheit-hat-kein-vertrauen-in-medien-berichterstattung-zum-ukraine-konflikt/> [07.07.2017]

RT.com. Online im Internet: <https://www.rt.com/about-us/> [07.07.2017]

*RT Deutsch*. Online im Internet: <https://deutsch.rt.com/uber-uns/> [16.07.2017]

RT-Pressemitteilung vom 04.04.2013. Online im Internet: <http://rt.com/about-us/press-releases/ruptly-news-agency-launch/> [10.07.2017]

*Tagesschau* am 09.10.2016: Mehr als 100 Tote im Jemen. Online im Internet: <http://www.Tagesschau.de/jemen-anschlag-trauerfeier-101.html> [13.08.17]

The Guardian Online (15.10.2016): Saudi-led coalition admits to bombing Yemen funeral. Online im Internet: <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/15/saudi-led-coalition-admits-to-bombing-yemen-funeral> [17.08.2017]

Reuters.com (14.10.2016): U.S. official calls attack on Yemen ‚egregious‘. Online im Internet: <http://uk.reuters.com/article/uk-yemen-security-usa-idUKKBN12E2EO> [13.08.2017]

ZDF heute-Sendung am 09.10.2016: Jemen: Mehr als 140 Tote. Online im Internet: <https://www.zdf.de/sender/zdfsendung/jemen-mehr-als-140-tote-102.html> [13.08.17]

Zeit Online (09.10.2016): Ermittler sollen verheerenden Luftangriff untersuchen. Online im Internet: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-10/jemen-militaerallianz-luftangriff-ermittlungen-usa-saudi-arabien> [13.08.2017]

### **451 Grad Sendungen**

Sendung 1 „Eine Quelle ist das, was ins Bild passt“: <https://deutsch.rt.com/programme/der-fehlende-part/41377-451-folge-1-quelle-ist/> [23.07.2017]

Sendung 2 „Karrierekiller Kritik“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/41698-451-karrierekiller-kritik-2/> [23.07.17]

Sendung 3 „Du sollst [nichts] ausblenden“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/41974-451-du-sollst-nichts-ausblenden/> [07.07.2017]

Sendung 4 „Gute Bomben, Böse Bomben“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/42235-451-gute-bomben-bose-bomben/> [07.07.2017]

Sendung 5 „Genug Geillnert“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/42539-451-genug-geillnert-5/> [07.07.2017]

Sendung 6 „Ein Plan, der funktioniert“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/42808-451-plan-funktioniert-6/> [07.07.2017]

Sendung 8 „Eliten in der deutschen Presse“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/43362-451-til-muss-in-ukraine-schweiger/> [23.07.2017]

Sendung 11 „Bundesregierung in Erklärungsnot + Hubertus Koch im Gespräch“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/44117-451-bundesregierung-in-erklarungsnot-hubertus-koch/> [07.07.2017]

Sendung 12 „Die letzten Worte aus Aleppo“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/44378-451-letzten-worte-aus-aleppo/> [07.07.2017]

Sendung 13 „Terror in Berlin und die russische Bedrohung“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/44600-451-terror-in-berlin-russland/>  
[27.07.2017]

Sendung 16 „Deutschland: Aufmarschgebiet für US-Truppen“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/45340-451-e16/> [07.07.2017]

Sendung 17 „*Correctiv* – Die Facebook-Polizei im Check“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/45588-451-Correctiv-facebook-polizei-im/>  
[07.07.2017]

Sendung 18 „Rückt Europa nach rechts?“, <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/45852-451-ruckt-europa-nach-rechts/> [07.07.2017]

Sendung 19 „Trumps Einreiseverbot: Terrorschutz oder Geschäft“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/46115-451-trumps-einreiseverbot-terrorschutz-oder/> [07.07.2017]

Sendung 20 „Think Tanks – Wie Denkfabriken die Agenda bestimmen“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/46408-451-20/> [27.07.2017]

Sendung 23 „ARD-Reporter bei Herr der Ringe“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/47239-451-grad-ard-medien/> [07.07.2017]

Sendung 24 „ZDF-Reporter entdeckt Infokrieg I Özdemir will keinen Dreier“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/47523-451-grad-zdf-korrespondent-entdeckt-infokrieg-dreier/> [27.07.2017]

Sendung 28 „Politische Talkshows analysiert I Wie braun ist die AfD?“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/48904-451-grad-politische-talkshows-analysiert/> [27.07.2017]

Sendung 32 „Sexskandal bei *Correctiv* I Trump oder Kim Jong-UnBERECHENBAR I Die Akte Kohl“: <https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/50197-451-grad-sexskandal-bei-Correctiv/> [07.07.2017]

Sendung 36 „Fake News bei ARD und ZDF I Strategische EU Propaganda“:

<https://deutsch.rt.com/programme/451-programme/51715-451-grad-fake-news-bei-ard-und-dlf-strategische-eu-propaganda-36/> [07.07.2017]

# Anlage 1 Sendungsübersicht

Themenkomplexe		Beiträge zur deutschen Politik			USA und NATO		Deutsche Leitmedien und Medienpolitik		Internationale Konflikte				
Klicks bei 08.07.17	Sendungsdatum	Titel	Sendungsdauer	Thema	Wahrscheinlichkeit	USA	Nato	Beitrag in den Medien	Leitmedien-Dritt	Affirmations- und Vorworts	Öffentlich-Rechtlich	Syrien	Jemen
	30.09.16	Eine Quelle ist das, was ins Bild passt.	27:25:17 Minuten	Ab 5. Geschwätz gegenüberstellung alte CDU-Reden und AfD-Reden	Ab 5.30. Ministerpräsident Schulze im Portrat	Ab 8.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	08.10.16	Karrierestiller Kritik	26:20:16.9 Minuten	Ab 5. Geschwätz gegenüberstellung alte CDU-Reden und AfD-Reden	Ab 5.30. Ministerpräsident Schulze im Portrat	Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	15.10.16	Du sollst (nicht) rauswachen	34:49:21 Minuten	Ab 4. Rede auf Friedensdemo	Ab 4. Rede auf Friedensdemo	Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	21.10.16	Esse Bomben	27:15:21 Minuten			Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	28.10.16	Genug Geillert	41:39:24 Minuten			Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	04.11.16	Ein Plan, der Dreingegert	22:16:53 Minuten			Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	11.11.16	Und Trump	29:09:42.4 Minuten			Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	
	18.11.16	Ein in der Presse	42:54:46.5 Minuten			Ab 4.49. Duerte im Profil.	Ab 11. Ansatz von Putin in der Huffington Post, der die Medien für ihn zu sammeln und Putin kritisiert.	Ab 1.1. Geschwätz von Gerten: Die Berichterstattung zu den Beobachtungen der Menschennetze als Quelle.	Ab 5.27. Syrien: Die Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Ab 1.1. Zu den Weihen und Syrischen Beobachtungen der Menschennetze als unsichere Quellen.	Zeit: Aktuelle politische Nachrichten, die in der Woche auch in der Tagesschau liefen (25)	

Themenkomplex		Beiträge zur deutschen Politik		USA und NATO		Deutsche Leitmedien und Medienkritik		Internationale Konflikte	
9	25.11.16 und heute Merkels achte Maßnahmen Freunde – gestern	557/424 Minuten	Ab 6.06. Merkel gegen politische Gegner, „Alles nur Zufall“, dass ihre Kommandanten über Skandale gefallen sind Ab 11.40. Steinmeier wird wiedergewählt und die vorhersehbare Wahl Ab 21. Bundspresseball - Die Elite spricht.	Ab 13.21. Bild zu Obama und Merkel Ab 15.20. Framing im Bildjournalismus: Bombardement von Krankenhäusern durch syrische Regierung.	Ab 2. Preis-Übergabe an Julian Reichelt scheinbar Ab 13.21. Bild zu Obama und Merkel Ab 15.20. Framing im Bildjournalismus: Bombardement von Krankenhäusern durch syrische Regierung.	Ab 15.20. Framing der Zeit-Überschrift und Bildjournalismus zum Krieg noch vertrauenswürdig sind Ab 22. Tagesschau-Reportage im Regen Ab 14. „Heute“-Reportage, es geht um geköpfte Kinder Ab 18. WDR-Reportage Iran über Geschlechtertrennung in U-Bahn, hier verabschiedet Interpretation, die es der ursprüngliche Beitrag gar nicht Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	Ab 15.20. Framing der Zeit-Überschrift und Bildjournalismus zum Krieg noch vertrauenswürdig sind Ab 22. Tagesschau-Reportage im Regen Ab 14. „Heute“-Reportage, es geht um geköpfte Kinder Ab 18. WDR-Reportage Iran über Geschlechtertrennung in U-Bahn, hier verabschiedet Interpretation, die es der ursprüngliche Beitrag gar nicht Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	Ab 15.20. Framing der Zeit-Überschrift und Bildjournalismus zum Krieg noch vertrauenswürdig sind Ab 22. Tagesschau-Reportage im Regen Ab 14. „Heute“-Reportage, es geht um geköpfte Kinder Ab 18. WDR-Reportage Iran über Geschlechtertrennung in U-Bahn, hier verabschiedet Interpretation, die es der ursprüngliche Beitrag gar nicht Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	
10	02.12.16 gegen Fake-News Merkels Maßnahmen	368/626 Minuten	Ab 8. Merkel zu Fake News und Pressecode.	Wohlfühlendes Portrat über Fidel Castro und Kritik an der Kuba-Politik der USA	Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	Ab 01. EU-Verabschiedet Resolution zur russischen Propaganda Ab 23.30. Bild-Zeitungsteil über Weihnachtsen	
11	09.12.16 Gespräch Bundesregierung in Erlangenprot. Hubertus Koch im	4408 30598 30 Minuten	Ab 1.20. Russland Cyberatacken Ab 2. Russische Cyberatacken Follow Up Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 1.20. Russland Cyberatacken Ab 2. Russische Cyberatacken Follow Up Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 1.20. Russland Cyberatacken Ab 2. Russische Cyberatacken Follow Up Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 1.20. Russland Cyberatacken Ab 2. Russische Cyberatacken Follow Up Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 1.20. Russland Cyberatacken Ab 2. Russische Cyberatacken Follow Up Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda		
12	16.12.16 aus Aleppo Die letzten Worte	3094 23998 27 Minuten	Ab 22.20. „Schwarz/Weiß“-Edward Snowden Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 22.20. „Schwarz/Weiß“-Edward Snowden Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 22.20. „Schwarz/Weiß“-Edward Snowden Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 22.20. „Schwarz/Weiß“-Edward Snowden Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda	Ab 22.20. „Schwarz/Weiß“-Edward Snowden Ab 4. Atomat in Ukraine Ab 6. Putin's Einmischung in Operation Atlantic den US-Regime, Nato und Obama Ab 13.30. Putin's Preis an Bild Zeitung Ab 20. Kommissar von Oburg zur Rolle der Propaganda		
13	22.12.16 Terror in Berlin und die russische	2825 28664 22 Minuten	Ab 0.30. Vorstellung der Alternativen zu Merkel Ab 7. Kommissar von Oburg zur Alternativlosigkeit von Merkel Ab 4. Vorstellung Frau Pety	Ab 0.30. Vorstellung der Alternativen zu Merkel Ab 7. Kommissar von Oburg zur Alternativlosigkeit von Merkel Ab 4. Vorstellung Frau Pety	Ab 0.30. Vorstellung der Alternativen zu Merkel Ab 7. Kommissar von Oburg zur Alternativlosigkeit von Merkel Ab 4. Vorstellung Frau Pety	Ab 0.30. Vorstellung der Alternativen zu Merkel Ab 7. Kommissar von Oburg zur Alternativlosigkeit von Merkel Ab 4. Vorstellung Frau Pety	Ab 0.30. Vorstellung der Alternativen zu Merkel Ab 7. Kommissar von Oburg zur Alternativlosigkeit von Merkel Ab 4. Vorstellung Frau Pety		
14	30.12.16 Eine Alternative für Merkel Knotenpunkt im Dohnenkrieg der	2007 24925 8 Minuten	Ab 3. Vorstellung Sabina Wagenknecht Frau der klaren Worte	Ab 3. Vorstellung Sabina Wagenknecht Frau der klaren Worte	Ab 3. Vorstellung Sabina Wagenknecht Frau der klaren Worte	Ab 3. Vorstellung Sabina Wagenknecht Frau der klaren Worte	Ab 3. Vorstellung Sabina Wagenknecht Frau der klaren Worte		
15	06.01.17 USA Aufmarschgebiet	2624 24386 9 Minuten	Ab 11. „Infrage“ der USA Operation Atlantic Resolve	Ab 11. „Infrage“ der USA Operation Atlantic Resolve					
16	13.01.17 für US-Truppen Aufmarschgebiet	3953 52453 29 Minuten	Ab 4.11. Beitrag und Artikel über WELT-Beobachtung Ab 22.30. „Cliff im Kof“ Sonderbericht bei Radio 1 zur Meinungsfreiheit	Ab 4.11. Beitrag und Artikel über WELT-Beobachtung Ab 22.30. „Cliff im Kof“ Sonderbericht bei Radio 1 zur Meinungsfreiheit	Ab 4.11. Beitrag und Artikel über WELT-Beobachtung Ab 22.30. „Cliff im Kof“ Sonderbericht bei Radio 1 zur Meinungsfreiheit	Ab 4.11. Beitrag und Artikel über WELT-Beobachtung Ab 22.30. „Cliff im Kof“ Sonderbericht bei Radio 1 zur Meinungsfreiheit	Ab 4.11. Beitrag und Artikel über WELT-Beobachtung Ab 22.30. „Cliff im Kof“ Sonderbericht bei Radio 1 zur Meinungsfreiheit		

Themenkomplex		Beiträge zur deutschen Politik		USA und NATO		Deutsche Leitmedien und Medienkritik		Internationale Konflikte	
17	Correctiv – Die Facebook-Polizei #5616 20.01.17 im CHECK	30 Minuten					Ab 5.20 „Deutschblöbe“: Struktur von Correctiv und fehlende Unabhängigkeit Ab 20.20 „Witz der Woche“: Bild verlagert FOCUS Online	Ab 3.30 Fake News bei den Öffentlich-Rechtlichen Ab 13.50 „Witz der Woche“: Bild verlagert Presseclub über Amtsenthebungsverfahren von Trump	Ab 20.15 „Geschwätz von Gessen“: der Krieg im Jemen
18	Rückt Europa nach Osten? 30966824 Minuten		Ab 5.20 Treffen der europäischen Rechten in Koblenz	Ab 15.40 Versprecher: Maas Ab 24.30 Kandidatur Schulz			Ab 26. Bild-Kritik die Gabriel als Kanzlerkandidat vorzusehen		
19	Trump: Einreiseverbot: Einreiseverbot oder Grenzschutz oder Grenzschutz? 2240320 Minuten			Ab 2.30. Zu Gensberg Schnitzke	Ab 5.40 „Trump's Travel Ban“: Falsch-Check als Alternative zu den „Emotionen in den Medien“ Ab 13.30. zu Trump und seinen wirtschaftlichen Verfechtungen		Ab 18.30. Bild: Trump und BBC Ab 23.20. – „Angegriffen“: mit Artikel als 1950 mit Russland als Bedrohung Ab 8.50. „Trotz Blöber“: Gauk-Rede auf der Münchner Ab 15. DGAAP zu Russland und RT Ab 20.40. Sabire Video Russia First	Ab 14.50 Mersul „Geschwätz von Gessen“: Offensive zur Nukleoberung von Nordkorea	
20	Think Tanks – Wie bestimmen die Geldgeber die Politik? 12.02.17 Bestimmen 2509026 Minuten				Ab 4. NATO in Polen und dem Baltikum Ab 16. pro-amerikanische Julian Reichelt			Ab 2.40. ZDF Bericht International zum Assad-Gefangnis Ab 17.20. #ZDFcheck17	
21	Die ZDF-Büchse gegen Fake-News 17.02.17 3081423 Minuten			Ab 11. „Schwarz/Weiß“: Wahl des Präsidenten in mit Profili Steinmeier und dem Gehalt des Bundespräsidenten Ab 1.20. „Witz der Woche“: Heiko Maas mit falscher Rede Ab 22. „Griff ins Klo“: DelMaiziere verweigert Auslandsreisen nach Afghanistan Ab 13.30. „Geschwätz von Gessen“: Austandens Bundeswehr			Ab 16. Julian Reichelt bekommt Pulitzer Preis für seine politische Berichterstattung	Ab 2.40. ZDF Bericht International zum Assad-Gefangnis Ab 17.20. #ZDFcheck17	Ab 6. „Deutschblöbe“: Mädchen Bana, Analyse eines von ihr gemachten Videos
22	Minister ohne Plan – Deutsche im Streit auf dem Balkan 24.02.17 Tour 2314029 Minuten			Ab 3.20. „Deutschblöbe“: N Sowjetunion und USA im Kalten Krieg. Bundeslinde			Ab 25. BILD Online Fotowahl	Ab 3.20. „Deutschblöbe“: Nato kurzlebig, Sowjetunion und Bundeslinde Ab 14.10. ZDF heute Ab 23.30. „Witz der Woche“: Artikel bei Zeit Online über russische Hacker	Ab 17.18. „Geschwätz von Gessen“: deutsche Unterstützung für Saudi-Arabien und die Not im Jemen
23	ARD-Reporter bei den Olympischen Ringen 03.03.17 2075630 Minuten			Ab 5.50. Jürgen Faltschek zu Russlands Militäraufgaben und NATO-Zahlen Ab 5.50. Jürgen Faltschek zu Russlands „US-Präsenz“ für fremden Boden			Ab 15. Julian Reichelt: Ehrenpreis	Ab 8. „Deutschblöbe“: ZDF-Journalist bei Twitter über Russischen Jugendlichen angehört Gold bot, Kameria zu pöbeln	
24	ZDF-Korrespondent entdeckt: Odedmir will keine Dierler 10.03.17 2415028 Minuten				Ab 5.50. Jürgen Faltschek zu Russlands Militäraufgaben und NATO-Zahlen Ab 5.50. Jürgen Faltschek zu Russlands „US-Präsenz“ für fremden Boden				

	Themenkomplex	Beiträge zur deutschen Politik	USA und NATO	Deutsche Leitmedien und Medienkritik	Internationale Konflikte
25	17.03.17radioaktiv 41616 7010	35 Minuten	Ab 3,30 „Denkschablone“: CIA und WikiLeaks Ab 15 „Geschwätz von Gestern“: 2. Teil der US-Präsidentenwahl im Nahen Osten Ab 4,50: Rekrutierung auf dem Internet Ab 1,30: „Schwarz/Weiß“: Profili Ursula von der Leyen Ab 8,40: Treffen Merkel mit Trump Ab 19,30: Horst Seehofer bei Putin Ab 21,40: „Geschwätz von Gestern“: Darstellung des Ost-West-Konflikts Ab 23 die CIA hört mit über ALEXA	Ab 11,40 Berichterstattung von der Presse über Schulz-Auftritt in Russland Ab 20 „Witz der Woche“: Bild Zeitungsartikel zu Schulz Ab 32,40: Claus Kleber erhält Zuschauer-Pulitzer	
26	24.03.17CSU-Seehofer 3270429 Minuten	3270429 Minuten	Ab 7,20: Bundesumweltministerin Barbara Hendricks und die CDU-Fraktion nach einem Atommüllendlager Ab 19,30: Horst Seehofer bei Putin Ab 21,40: „Geschwätz von Gestern“: Darstellung des Ost-West-Konflikts Ab 23 die CIA hört mit über ALEXA	Ab 0,40: Bild Zeitungsanzeige zur Frage: Atomkraft: wer hat die Macht? Ab 21, Bild-Anzeige zum Seehofer-Putin Treffen Ab 17,50: Journalisten delegiert in die USA begleitet	
27	31.03.17Russland 2056032 Minuten	2056032 Minuten	Ab 7,20: Bundesumweltministerin Barbara Hendricks und die CDU-Fraktion nach einem Atommüllendlager Ab 19,30: Horst Seehofer bei Putin Ab 21,40: „Geschwätz von Gestern“: Darstellung des Ost-West-Konflikts Ab 23 die CIA hört mit über ALEXA	Ab 0,40: ZDF-Heute in Europa zu der NATO in Eritrea Ab 11,16: Proteste gegen Korruption in Russland Ab 2,20: „Denkschablone“: Marco Bulow Studie Talkshow der ARD und ZDF Ab 21: Interview Deutschlandfunk mit Jürgen Todenhöfer zu Syrien	Ab 9,20: Proteste Bombardierung im Jemen
28	07.04.17braun ist die AfD? 3110936 Minuten	3110936 Minuten	Ab 28,10: „Witz der Woche“: Boris von Siemens mit Heimattag Ab 11,40: „Schwarz/Weiß“: Bill Gates im Profil George W. Bush im Profil und der Krieg gegen den Terror Ab 10 „Geschwätz von Gestern“: die US-Militärbasen in Deutschland Ab 2,20: „Schwarz/Weiß“: Profili von George Soros	Ab 16,10: Bildüberschriften zu Syrien	Ab 18: Anti-US-Koalition und ihre zivilen Opfer Ab 16,10: Jürgen Todenhöfer zu Syrien
29	14.04.17W. Bush 2529620 Minuten	2529620 Minuten	Ab 10 „Geschwätz von Gestern“: die US-Militärbasen in Deutschland Ab 2,20: „Schwarz/Weiß“: Profili von George Soros	Ab 16,10: Bildüberschriften zu Syrien	Ab 18: Anti-US-Koalition und ihre zivilen Opfer Ab 16,10: Jürgen Todenhöfer zu Syrien
30	21.04.17Leitmedien 2685718 Minuten	2685718 Minuten	Ab 5 „Geschwätz von Gestern“: das aktuelle Kabinett Merkel Ab 23: „Schwarz/Weiß“: Profili von George Soros Ab 28,10: „Witz der Woche“: Digitalisierung zwischen Trump und Merkel Ab 34: Resonanz für US-BürgerInnen verbunden mit DeMaiziere	Ab 7,30: „Geschwätz von Gestern“: Profili von George Soros Ab 21 bekommen er den Pulitzer Marketing Preis	Ab 15,20: Über Kai Glinke und die ARD Ab 32,30: Berichterstattung Deutsche Presse über die Wahlung durch Nordkorea
31	28.04.17rollt 2004324 Minuten	2004324 Minuten	Ab 23: „Schwarz/Weiß“: Profili von George Soros Ab 28,10: „Witz der Woche“: Digitalisierung zwischen Trump und Merkel Ab 34: Resonanz für US-BürgerInnen verbunden mit DeMaiziere	Ab 4 „Grit“ im Kickboxen Ab 19: David Strauß bekommt dafür den Pulitzer Preis Ab 21 bekommen er den Pulitzer Marketing Preis	Ab 15,20: Über Kai Glinke und die ARD Ab 32,30: Berichterstattung Deutsche Presse über die Wahlung durch Nordkorea
32	05.05.17 Die Ate Kohl 2422236 Minuten	2422236 Minuten	Ab 23: „Schwarz/Weiß“: Profili von George Soros Ab 28,10: „Witz der Woche“: Digitalisierung zwischen Trump und Merkel Ab 34: Resonanz für US-BürgerInnen verbunden mit DeMaiziere	Ab 4 „Grit“ im Kickboxen Ab 19: David Strauß bekommt dafür den Pulitzer Preis Ab 21 bekommen er den Pulitzer Marketing Preis	Ab 15,20: Über Kai Glinke und die ARD Ab 32,30: Berichterstattung Deutsche Presse über die Wahlung durch Nordkorea

	Themenkomplexe	Beiträge zur deutschen Politik	USA und NATO	Deutsche Leitmedien und Medienkritik	Internationale Konflikte	
33	ESC Polit-Profer I Lindner   SPD Kritik für NRW 12.05.17 Kaiser Macron	Ab 9.10. Wahlen in Saudi Arabien, Holstein, Hinweis, dass Russland nicht mit Ergebnis zu tun haben Ab 9. der Schutz- Zug und NRW- Wahlkampf Deutschland 2408241 Minuten	Ab 9.40. Debatten NRW Ab 8.20. SPD in der Glocke Ab 9. Gehalter der Bundesstaatsbeor Ministerinnengh älter Ab 11. Martin Schulz nach drei verlorenen Landtagswahl Ab 14.30. Innere Sicherheit bei der SPD als Krisenmanagement anstatt sozialer Gerechtigkeit Ab 16.10. Christian Lindner und die FDP 1908237 Minuten	Ab 3.30. Bundesinterview mit Torsten Albig Ab 32. Promedien machen sich über ARD- Panne lustig Ab 32.50. Artikel über Swingsclub in der Bild- Zeitung Ab 35.30. Heute Bericht über Bericht der Drogenbeauftragten	Ab 9.40. Faux Pas ARD mit Nitsch eingeleiteter Frage Ab 23.15. Sinneseinbot für Sponjournalisten Ab 28.40. Markus Lanz über RT in Lanz über RT und Fake News Ab 35.30. Heute Bericht über Bericht der Drogenbeauftragten	Ab 14. Kritik an GEZ und Identische Fragen von ARD und ZDF
34	FDP Rakete Lindner   SPD Lindner   SPD Nach dem Schutz 19.05.17 vor Bundestag	Ab 5.40. Bundestagswahlen in NRW Ab 8.20. SPD in der Glocke Ab 9. Gehalter der Bundesstaatsbeor Ministerinnengh älter Ab 11. Martin Schulz nach drei verlorenen Landtagswahl Ab 14.30. Innere Sicherheit bei der SPD als Krisenmanagement anstatt sozialer Gerechtigkeit Ab 16.10. Christian Lindner und die FDP 1908237 Minuten	Ab 28. „Schwarz/Weiß“: Schulz, James B Conroy Ab 35. Trumps Antrittsrede zu Natürlich Blond Ab 9.40. „Denkschablone“: Trump in Saudi- Arabien Ab 14.30. Trump zum Kampf gegen den IS in Saudi- Arabien Ab 26. „Witz der Woche“: Kophthuch- Debatte um Kopfhörer in Melania Ab 9.40. Schwarz/Weiß Ab 31.50. Debatte Unterstützung von Trump und Team Portrait	Ab 18. ESC in Kiew, Nicht- Teilnahme von Russland und russischen Journalisten, Drogenbeauftragten	Ab 23.40. Beitrag Jemen, Kritik am Framing des Konflikts Ab 1.10. ARD Anti- Hass-Kampagne mit Kai Griffin Ab 7. Tagesschau- Beitrag über Berug in der deutschen Es handelt sich um russischsprachige Dienste nicht um russische Dienste. Ab 9 Beitrag dazu Kommunikation beim ZDF wird gelobt.	Ab 23.40. Beitrag Jemen, Kritik am Framing des Konflikts Ab 1.10. ARD Anti- Hass-Kampagne mit Kai Griffin Ab 7. Tagesschau- Beitrag über Berug in der deutschen Es handelt sich um russischsprachige Dienste nicht um russische Dienste. Ab 9 Beitrag dazu Kommunikation beim ZDF wird gelobt.
35	Saudi Arabien Freund oder Feind Lindner   SPD Trump Milliarden 26.05.17 Rüstungsgeld	Ab 12. Journalisten von Das neue Blatt begleitet von der Leyen bei einem Stil einer im Balkrum im Boulevardberichter Ab 12. von Das neue Blatt Ab 34. „Griff ins Klo“: Investition anschließende Politik von Shitstorm zur Personalpolitik der SPD 1954537 Minuten	Ab 9.30. „Witz der Woche“: Kopfhörer Ab 32. Kommissar von Oburg“ zur Sicherheit in NATO Über die Rede von Macron	Ab 5.20. Vergleich der Rüstungsgeldhaute Ab 19.10. „Denkschablone“: Trennen Putin und Macron Aussagen über RT Ab 20.40. Kritik an DfL und die Berichterstattung über die Rede von Macron	Ab 23.40. Beitrag Jemen, Kritik am Framing des Konflikts Ab 1.10. ARD Anti- Hass-Kampagne mit Kai Griffin Ab 7. Tagesschau- Beitrag über Berug in der deutschen Es handelt sich um russischsprachige Dienste nicht um russische Dienste. Ab 9 Beitrag dazu Kommunikation beim ZDF wird gelobt.	
36	Fake News bei ARD und DfL? L Strategische EU 02.06.17 Probanda	Ab 12. Journalisten von Das neue Blatt begleitet von der Leyen bei einem Stil einer im Balkrum im Boulevardberichter Ab 12. von Das neue Blatt Ab 34. „Griff ins Klo“: Investition anschließende Politik von Shitstorm zur Personalpolitik der SPD 2574638 Minuten	Ab 19.10. „Denkschablone“: Trennen Putin und Macron Aussagen über RT Ab 20.40. Kritik an DfL und die Berichterstattung über die Rede von Macron	Ab 25.40. über EU Stracom der Propaganda bei der Staatsglichen Kommunikation beim ZDF wird gelobt.	Ab 23.40. Beitrag Jemen, Kritik am Framing des Konflikts Ab 1.10. ARD Anti- Hass-Kampagne mit Kai Griffin Ab 7. Tagesschau- Beitrag über Berug in der deutschen Es handelt sich um russischsprachige Dienste nicht um russische Dienste. Ab 9 Beitrag dazu Kommunikation beim ZDF wird gelobt.	

	Themenkomplex	Beiträge zur deutschen Politik	USA und NATO	Deutsche Leitmedien und Medienkritik	Internationale Konflikte
38	Bundeswehr Induktion Saudi Krast für Barca Fans   Güne in der 17. Minute	Ab 15:50 „Schwarz/Weiß“: Loblied auf Sahra Wagenknecht.	Ab 13:30 Grünen bei einer Klimadebatte. Grünen scharfen keine 2% Linien lernen können Ab 4:30 Abzug der Bundeswehr aus Irak Ab 23:50. Nochmal das Buch und Verlegung Jordanien, neue Standbein Vorfal 2014 Parthos Mas als im Kabou Darsteller Jordanien Arbeiter nach der und Bundeswehr	Ab 3:10 Zeichens als Dankeschön für Abonnentinnen Ab 8:50, Lob an Bild für Publication der Bilder zwischen Bundeswehr und jordanischen Soldaten Ab 12. Bild plus Bildrechte zu Sex im Auto	
39	Theresa May und der Krisenherd der Großbritannien	Ab 5:40 Gespräch mit dem Kommissar über Merkel und Trump			
40	SPD-Schiedsrichter   Polizei Berlin	Ab 16:05, Bundeswehr und Karoline zur G20-Gipfel der Returen	Ab 20, zum Vergleich mit Russland und Saudi-Arabien"	Ab 23:05, Deutschland Statie	

# Anlage 2 Themencluster

Sendungsnr.	Sendungsdatum	Werte für YouTube (Stand 06.07.17)	Wagenkrecht	Bundeswehr	Yemen	Merkel	Etablierte Parteien USA	AfD	Nato	Russlandbild Medien	Printmedien	Öffentlich-Rechtlich	Syrien	Propaganda Vorwurf an RT
1	30.09.16	26.257						1			1	1	1	1
2	08.10.16	26.520							1		1	1	1	1
3	15.10.16	34.450	1	1				2			1	1	1	1
4	21.10.16	27.152				1		2			1	1	1	1
5	28.10.16	41.739								1	1	1	1	1
6	04.11.16	22.169								1	1	1	1	1
7	11.11.16	29.094			1			2		1	1	1	1	1
8	18.11.16	52.771								1	1	1	1	1
9	25.11.16	56.724								1	1	1	1	1
10	02.12.16	36.806						1		1	1	1	1	1
11	09.12.16	35.006						1		1	1	1	1	1
12	16.12.16	32.992						1		1	1	1	1	1
13	22.12.16	30.990						1		1	1	1	1	1
14	30.12.16	26.992		1				1		1	1	1	1	1
15	06.01.17	26.990						1		1	1	1	1	1
16	13.01.17	56.406						1		1	1	1	1	1
17	20.01.17	30.998						1		1	1	1	1	1
18	27.01.17	30.998						1		1	1	1	1	1
19	03.02.17	22.403						2		1	1	1	1	1
20	12.02.17	25.090						1		1	1	1	1	1
21	17.02.17	30.814						1		1	1	1	1	1
22	24.02.17	23.140						1		1	1	1	1	1
23	03.03.17	26.796						2		1	1	1	1	1
24	10.03.17	24.150						2		1	1	1	1	1
25	17.03.17	48.626						2		1	1	1	1	1
26	24.03.17	52.968						2		1	1	1	1	1
27	31.03.17	31.109						1		1	1	1	1	1
28	07.04.17	31.109						1		1	1	1	1	1
29	14.04.17	25.298						1		1	1	1	1	1
30	21.04.17	26.857						1		1	1	1	1	1
31	28.04.17	20.043						1		1	1	1	1	1
32	05.05.17	24.222						2		1	1	1	1	1
33	12.05.17	24.082						3		1	1	1	1	1
34	19.05.17	19.082						5		1	1	1	1	1
35	26.05.17	19.545						3		1	1	1	1	1
36	02.06.17	20.081						2		1	1	1	1	1
37	09.06.17	20.081						2		1	1	1	1	1
38	16.06.17	20.081						1		1	1	1	1	1
39	23.06.17	10.504		1				1		1	1	1	1	1
40	30.06.17	24.577						1		1	1	1	1	1
<b>GESAMT</b>		<b>1.196.972</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>50</b>	<b>43</b>	<b>12</b>
						<b>5</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>14</b>

## **Anlage 3 Erklärung**

### **Selbstständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Unterschrift Ort, Datum